

【意見書資料】

- 1 特定商取引法ハンドブック（抜粋）
- 2 北海道消費生活条例（抜粋）
- 3 北海道消費生活条例施行規則（抜粋）
- 4 北海道消費生活条例第16条第1項の規定に基づく不当な取引方法
趣旨・語句説明・関係法令・適用事例（抜粋）
- 5 京都府消費生活安全条例（抜粋）
- 6 京都府消費生活安全条例施行規則（抜粋）
- 7 京都府消費生活安全条例により禁止する不当な取引行為の事例（抜粋）
- 8 葛飾区消費生活条例（抜粋）
- 9 葛飾区消費者被害救済委員会の意見を聴いて定めた不適正な取引行為の
基準（抜粋）
- 10 長野県消費生活条例（抜粋）
- 11 長野県消費生活条例施行規則（抜粋）
- 12 熊本県消費生活条例（抜粋）
- 13 平成27年度神奈川県内における消費生活相談概要（要約版）
- 14 東京都消費生活条例（抜粋）

鸚 藤 雅 弘 (さいとう・まさひろ)

1954年生まれ。1980年一橋大学法学部卒業。1982年東京弁護士会登録。現在、日弁連消費者問題対策委員会委員、消費者庁参事、一橋大学・早稲田大学の法科大学院非常勤講師、国民生活センター一審員講師など。共著書に『消費者法講義(第4版)』(日本評論社、2019年)、『電子商取引法』(勁草書房、2013年)などがある。東京都新宿区に四谷の法律事務所を開設(〒05-5853-1251) [2章、3章4節第3、4章、5章、6章、7章3節~4節、9章2節及び3節(池本弁護士と共同執筆)、同4節~6節、13章(同2節第2及び同3節を除く)執筆]

池 本 誠 司 (いけもと・せいじ)

1955年生まれ。1978年明治大学法学部卒業。1982年埼玉弁護士会登録。現在、日弁連消費者問題対策委員会委員、明治大学法学部・法科大学院非常勤講師、国民生活センター一審員講師、紛争解決委員会委員、埼玉弁護士会委員など。共著書に『消費生活法講義(第4版)』(日本評論社、2013年)、『割賦販売法』(勁草書房、2011年)などがある。さいたま市に池本法律事務所を開設(〒048-839-0811)。[1章、第3章(4節第3を除く)、7章1~2節、9章1節及び7節、10章、第13章2節第2及び3節執筆]

石 戸 谷 豊 (いしとや・ゆたか)

1950年生まれ。1974年東北大学法学部卒業。1976年横浜弁護士会登録。現在、日弁連消費者問題対策委員会委員、内閣府消費者委員会委員、国民生活センター判例情報検討委員会など。共著書に『新・金融商品取引法ハンドブック(第3版)』(日本評論社、2011年)ほかがある。横浜市に海共同法律事務所を開設(〒045-212-3517)。[8章、11章、12章執筆]

特定商取引法ハンドブック [第5版]

- 2001年11月31日 第1版第1刷発行
- 2002年3月10日 第1版第4刷発行
- 2003年2月1日 第2版第1刷発行
- 2004年3月10日 第2版第4刷発行
- 2005年10月10日 第3版第1刷発行
- 2005年4月10日 第3版第6刷発行
- 2010年9月25日 第4版第1刷発行
- 2012年5月20日 第4版第3刷発行
- 2014年2月25日 第5版第1刷発行

著者 齋藤雅弘・池本誠司・石戸谷豊

発行者 眞崎 浩

発行所 株式会社 日本評論社

〒170-8474 東京都豊島区南大塚3-12-4

電話 03-3987-8621(販売)・8590(同FAX)・8631(編集)

印刷所 株式会社平文社

製本所 株式会社藤波製本

装 幀 林 健造

©Saitoh M, Ikemoto S, Ishitoya Y, 2014

出版者 株式会社日本評論社 委託出版物

本書の扉裏面には著作権法上の例外を除き禁じられています。複写される場合は、そのつと事前に、(社)出版者著作権管理機構(電話03-3513-6969、FAX03-3513-6979、e-mail:info@icopy.or.jp)の許諾を得てください。また、本書を代行業務等の第三者に依頼してスクリーニング等の行為によりデジタル化する場合は、個人の家内网的利用であっても、一切認められておりません。

ISBN978-4-535-51954-1

Printed in Japan

拒絶の機会を明確に与えることとし、拒否の意思を示した者にはそれ以上の勧誘をしてはならないものと定めた。電話勧誘販売については、従前から拒否者への電話勧誘の継続や再勧誘を禁止する規定がおかれていたが（法17条）、訪問販売についても同様な規制を追加することともに、電話勧誘販売にはない勧誘受諾意思の確認規定も設けた。

(2) 勧誘を受ける意思の確認（法3条の2第1項）
販売業者等が、訪問販売をしようとするときは、その相手方に対し、勧誘を受ける意思があることを確認するよう努めなければならない（法3条の2第1項）。

ア 要件

意思確認を行うべき場面は、販売業者または役務提供事業者が訪問販売をしようとするときである。

予め事業者名、販売目的、商品の種類を明示（法3条）したうえで、その商品等について勧誘を受ける意思があるか否かを確認しなければならず、これを明示することなく一般的に話を聞くことの承諾を得たのでは足りない。たとえば、「〇〇商社の者ですが、〇〇の商品についてお勧めしたいのですが（以上は氏名等の明示義務）、今ご説明してもよろしいですか（勧誘受諾意思確認）」というよう流れとなる。

「意思の確認」は、消費者から明確な回答を引き出すことが必要であり、消費者が明確に拒否しなかったということでは足りない。

イ 効果

本規定は、「確認するよう努めなければならない」（法3条の2第1項）とされており、違反の効果として直ちに行政処分の対象とはならず、努力義務にとどまる。

もともと、氏名等の明示義務と勧誘を受ける意思の確認と拒否者に対する勧誘禁止は一連の流れの中で判定されることとなるので、例えば、氏名等は明示したが勧誘を受ける意思を確認しないまま具体的な勧誘を開始すると、消費者が勧誘を断ったのか受け入れたのか後日争いとなった場合、販売業者等は消費者が勧誘を受ける意思を明示的に確認したこと立証責任を負うこととなる。

(3) 拒否者への勧誘禁止（法3条の2第2項）

販売業者等は、訪問販売に係る売買契約または役務提供契約を締結しない旨の意思を表示した消費者に対し、その契約の締結を勧誘してはならない（法3条の2第2項）。

販売業者等がこの規定を遵守するためには、「断り文句からセールスは始まる」という営業姿勢から、「消費者の意向を尊重する営業」への転換が求められる。

ア 要件

(7) 契約を締結しない旨の意思表示

「契約を締結しない旨の意思を表示した」とは、口頭で「契約を締結しない」と述べた場合はもちろんであるが、販売業者から商品の種類等を告げられた時点で、その商品には関心がない旨表明することにより、それ以上の勧誘を希望しない意思が示されていれば足りる。

消費者が断りの意思表示のつもりで「結構です」と答えたにもかかわらず、販売業者側は消費者が承諾したものだとして主張して一方的に契約の成立を主張するトラブルが少なくない。しかし、「結構です」と答えることは、否定の意思表示として十分に一般的であり、その消費者は契約締結の意思がないことを明示的に表示していると解される（主務省「特定面取引に関する法律第3条の2等の運用指針」）。

拒否の意思表示があったときは、その場面で勧誘を継続することが禁止されるだけでなく、その後改めて訪問して再勧誘することも禁止される。これに対し、例えば「今は忙しいので後日にして欲しい」と限定的に告げたような場合、その時点での勧誘行為に対する拒絶の意思表示であり、訪問時間を変えれば受け入れようとする旨と認められる場合は、「契約を締結しない旨の意思」の表示には当たらない（同運用指針）。

(4) 拒否の範囲

消費者の意向を尊重することが本条の趣旨であるから、消費者が特定の商品等に限ってまたはある期間に限って勧誘拒絶の意思表示をした場合には、その範囲で契約締結の勧誘が禁止され、一切の契約締結の意思がない旨を表示した場合には、一切の勧誘が禁止される（消費者意思基準）。したがって、

勧誘拒否の意思表示の意味を解釈するに当たっては、当該消費者が表明した内容に沿うことが基本であり、抽象的な意思表示のみの場合には通常の消費者の意識を踏まえて解釈することとなる。

販売業者等が商品等の種類を明示(法3条)した際、消費者が「それはいいらない」と述べたときは、特定の型式の商品等に限らず、当該商品等の種類全般について契約の締結を拒否する意思表示されたものと解する。例えば、台所のリフォームを勧誘したのに対し、「うちはリフォームはしません」という意思表示があると、台所だけでなくリビング・ダイニング・キッチン等の全居室(同運用指針)。

拒否をした消費者に対する勧誘が禁止されることから、同居者の一人が契約を締結しない旨の意思表示したからといって、他の同居者に対して勧誘を行うことは直ちに違法とはならないが、拒否者の住居を再訪問することは同一人物に対する再勧誘を行うこととなる可能性があるため、そのような場合には違法となる(同運用指針)。

ある勧誘員に対して勧誘を拒否したときは、同一販売業者の他の勧誘員が勧誘を行うことも当然に禁止の範囲に含まれるものと解する。

拒否の意思表示の効力が及ぶ時間的範囲はどの程度か。消費者の拒否の意思表示の時間的範囲が不明確な場合は、対象商品等の通常の使用・消費期間に照らして、数ヶ月から1年単位での契約が通常である商品等については、その相当期間が経過すれば実質的に別の商品等の契約と考えることができる。例えば、食料品などの消耗品と器具類やリフォーム工事などの耐久財では、購入のサイクルが大きく異なる。これに対し、消費者が「二度と来ないでくれ」という意思表示をしたときはその意思に従わなければならない。

(ウ) 拒否の方法と訪問販売お断りステッカー

拒否の意思は必ずしも言葉で言う必要はなく、身振りや態度などから契約を締結しない意思が認識できることでもよい。勧誘者に対して契約を締結しない旨の文章の記載がある書面を示す方法でも拒否の意思表示となりうる。これに対し、「訪問販売お断り」などと記載したいわゆる「お断りステッカー」を消費者が玄関ドアや扉などに貼っている場合に、これが特商法3条の2第2項の拒否の意思表示に当たるか否かが問題となる。

改正法案の国会審議において、「基本は、相対して直接伝えるのが原則」との答弁があり(寺坂政府参考人：経済産業省商務流通審議官)、「お断りステッカー」を貼っていただけでは、特商法3条の2第2項の意思表示としては不十分である旨の見解が示されている。また、主務省の上記運用指針も、「たとえ家の門戸に『訪問販売お断り』とのみ記載された張り紙等を貼っておくことは、意思表示の対象や内容が全く不明瞭であるため、本項における『契約を締結しない旨の意思』の表示には該当しない。」とする。

確かに、拒否者への勧誘禁止の規定は、特商法3条及び3条の2第1項を受けて同条第2項に規定されていることから、氏名等の明示と勧誘受諾の意思の確認がなされる場面で拒否の意思表示がなされることが前提とされているようにも思われる。また、「お断りステッカー」は、意思表示の相手方が特定されおらず、どのような商品等の契約締結の勧誘を対象とするのかも特定していない点で、法3条の2第2項が前提としている場面とは異なることも解しうる。

しかしながら、「お断りステッカー」であっても、そのステッカーを表示している消費者の強固で具体的な拒絶の意思が明白に表示されている文面の場合(例えば、いかなる販売業者等との間でも一切の契約締結をする意思がない旨が明示されているケースなど)には、本条2項の拒絶の意思表示として必要十分と解すべきであろう。

なお、仮に、「お断りステッカー」がある家庭を訪問して勧誘をしたという事実だけでは直ちに違反行為に該当しないという解釈をとるとしても、お断りステッカーの存在は少なくとも拒否の予告としての意味があることから、販売業者の訪問勧誘に対し消費者が拒否したのかどうか争いとなる場面では、違反行為の事実認定において拒否の意思表示の存在を認定する重要な手がかりとなる。

地方自治体が消費生活条例において拒否者への勧誘禁止を定め、その解釈として「お断りステッカー」も拒否に該当するという解釈を採用することは当然に可能である(消費者庁平成21年12月10日付通知書において明記)。

イ 効果

販売業者等が、特商法3条の2第2項に違反して勧誘を行った場合には、



北海道

サイト内検索:

検索

[ホーム](#) > [環境生活部](#) > [消費者安全課](#) > [北海道消費生活条例](#)

いいね! 0

ツイート

G+ 0

音声で読み上げる

最終更新日:2016年3月31日(木)

北海道消費生活条例

北海道消費生活条例

北海道消費生活条例

平成11年10月15日 条例第43号

- 改正 平成15年3月14日 条例第5号
〔第1次改正〕
平成17年10月18日 条例第96号
〔第2次改正〕
平成21年3月31日 条例第15号
〔北海道条例の整備に関する条例第41条による改正〕
平成21年10月16日 条例第89号
〔第3次改正〕
平成26年10月14日 条例第94号
〔第4次改正〕
平成28年3月31日 条例第34号
〔第5次改正〕

北海道消費生活条例をここに公布する。

北海道消費生活条例

北海道道民生活安定条例(昭和49年北海道条例第37号)の全部を改正する。

目次

- 第1章 総則(第1条—第7条)
- 第2章 危害の防止、規格等の適正化等
 - 第1節 危害の防止(第8条—第9条の2)
 - 第2節 規格、表示等の適正化(第10条—第15条)
 - 第3節 不当な取引方法の禁止(第16条—第17条の2)
- 第2章の2 価格安定対策等(第18条—第22条)
- 第2章の3 苦情等の処理体制及び消費者被害の救済(第23条—第25条)
- 第3章 情報提供、教育等の推進等(第26条—第32条)
- 第4章 北海道立消費生活センター(第33条—第36条の6)
- 第5章 北海道消費生活審議会(第37条—第42条)
- 第6章 北海道消費者苦情処理委員会(第43条—第49条)
- 第7章 雑則(第50条—第53条)
- 第8章 罰則(第54条)
- 附則

- 第1章 総則
- (目的)

第2節 規格、表示等の適正化

(規格、表示等の適正化)

第10条 事業者は、その供給する商品又は役務について、消費生活の安定及び向上に資するよう、次に掲げる事項を実施するよう努めなければならない。

- (1) 適正な規格を定めること。
- (2) 品質、機能、価格、量目その他の必要な事項を適正に表示すること。
- (3) 広告を行うに当たっては、適正な情報を提供すること。
- (4) 過大又は過剰な容器又は包装を用いないこと。

第11条及び第12条 削除

第13条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、事業者がその供給する商品及び役務について規格、表示(広告を含む。以下同じ。)並びに容器及び包装の適正化の推進を図るため、必要な指導に努めなければならない。

(基準等の策定)

第14条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、道民の消費生活の安定及び向上を図るため必要があると認めるときは、事業者が供給する商品及び役務に係る適正な規格、表示等の基準又は標準を定めることができる。

2 知事は、前項の基準又は標準を定めるに当たっては、あらかじめ、北海道消費生活審議会の意見を聴かなければならない。

(基準の遵守義務)

第15条 事業者は、前条第1項の規定により定められた基準を遵守しなければならない。

2 知事は、商品又は役務が前条第1項の規定により定められた基準に適合していないと認めるときは、当該商品又は役務を供給する事業者に対し、当該基準を遵守するよう勧告することができる。

(不当な表示の禁止等)

第15条の2 事業者は、その供給する商品又は役務について、虚偽の若しくは誇大な又は消費者を誤認させる表示(以下この条において「不当な表示」という。)をしてはならない。

- 2 知事は、不当な表示が行われ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。
- 3 知事は、不当な表示が行われていると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、当該商品又は役務を供給する事業者に対し、必要な措置を講ずるよう勧告することができる。

第3節 不当な取引方法の禁止

(不当な取引方法の禁止)

第16条 事業者は、消費者との間で行う取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為であつて規則で定めるもの(以下「不当な取引方法」という。)を行ってはならない。

- (1) 消費者に対し、契約の勧誘の意図を示さずに接近して、又は消費者を訪問し、若しくは電話機、ファクシミリ装置その他の通信機器若しくは情報処理の用に供する機器を利用することにより、消費者の意に反して、若しくは消費者に勧誘を拒絶する意思表示の機会を与えずに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 消費者の知識、経験、財産等の状況に照らして不適當な契約と認められるにもかかわらず、又は消費者の判断力の不足に乗ずることにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (3) 消費者に対し、商品若しくは役務若しくは事業者の物品購入等について品質、安全性、内容その他の消費者の判断に影響を及ぼすこととなる重要な情報を提供せず、誤認させる情報を提供し、又は将来において不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (4) 消費者を威迫して困惑させ、不安にさせ、若しくは正常な判断ができない状態に陥らせ、又は消費者に迷惑を覚えさせるような方法を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (5) 信義誠実の原則に反し、消費者に不当な不利益を与えることとなる内容の契約を締結させること。
- (6) 消費者又はその関係人を欺き、威迫して困惑させる等不当な手段を用いて、消費者又はその関係人に契約(契約の成立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強要し、又は当該債務を履行させること。
- (7) 契約に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情を適切に処理せず、当該履行を不当に拒否し、若しくは遅延させ、又は継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく債務の履行を中止すること。
- (8) 消費者が正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張(以下この号において「申込みの撤回等」という。)を行うことを妨げ、又は申込みの撤回等が有効

に行われたにもかかわらず、当該申込みの撤回等によって生じた債務の履行を不当に拒否し、若しくは遅延させること。

- (9) 商品若しくは役務を供給する事業者又はその取次店等実質的な供給を行う者からの商品又は役務の取引を条件又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(以下この号において「与信契約等」という。)が、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、若しくは与信契約等を締結させ、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強要し、若しくは当該債務を履行させること。
- 2 知事は、前項の規定に基づき不当な取引方法を定めようとするときは、北海道消費生活審議会の意見を聴かなければならない。

(不当な取引方法による被害の防止)

第17条 知事は、不当な取引方法が用いられている疑いがあると認めるときは、速やかにその取引の実態等につき必要な調査を行うものとする。

- 2 知事は、前項の調査を行うに当たり、前条第1項第3号に規定する行為を行ったかどうかを判断するため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、期間を定めて、消費者に対し正確かつ適切な情報を提供したことの裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、次項及び次条の規定の適用については、当該事業者は同号に規定する行為を行ったものとみなす。
- 3 知事は、事業者が不当な取引方法を用いていると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、当該事業者に対し、当該取引方法を用いないよう勧告することができる。
- 4 知事は、前項の規定による勧告をした場合であつて、不当な取引方法による消費者の被害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、消費者に対し、速やかに当該勧告の内容その他の必要な情報を提供するものとする。

(重大被害防止措置)

第17条の2 知事は、事業者が不当な取引方法を用いていると認め、かつ、当該不当な取引方法により消費者に重大な被害が生じ、又は生ずるおそれがあると認めるときは、消費者に対し、速やかに次に掲げる情報を提供するものとする。

- (1) 当該事業者に係る不当な取引方法
- (2) 当該事業者に係る商品又は役務の種類
- (3) 当該事業者の氏名又は名称及び住所
- (4) その他必要な情報

第2章の2 価格安定対策等

(価格動向の調査等)

第18条 知事は、常に、物価の動向について明らかにするため、道民の消費生活に関連性の高い商品及び役務を選定し、その価格等及び需給の動向を調査するとともに、正確な情報を道民に提供しなければならない。

(買占め及び売惜しみに対する措置)

- 第19条 知事は、前条の規定により選定された商品又は役務(以下「生活関連重要商品等」という。)の価格が著しく上昇し又は上昇するおそれがある場合において、当該生活関連重要商品等の買占め又は売惜しみが行われ又は行われるおそれがあるときは、当該生活関連重要商品等を特に買占め等を防止すべき商品として指定することができる。
- 2 知事は、前項の規定により指定された商品の生産、輸入又は販売を行う事業者が買占め又は売惜しみにより当該商品を多量に保有していると認めるときは、その者に対し、当該商品の売渡しをすべきことを勧告しなければならない。

(価格等の引下げの措置)

- 第20条 知事は、物価が高騰し又は高騰するおそれがある場合において、生活関連重要商品等の価格等が著しく上昇し又は上昇するおそれがあるときは、当該生活関連重要商品等を特に価格等の安定を図るべき商品等として指定することができる。
- 2 知事は、前項の規定により指定された商品等の価格等が著しく不当であると認めるときは、その商品等を供給する事業者に対し、価格等を引き下げよう勧告しなければならない。

(商品の供給等の協力の要請)

第21条 知事は、道民に対する生活関連重要商品等の円滑な供給を確保するため必要があると認めるときは、当該生活関連重要商品等を供給する事業者又はその組織する事業者団体に対し、当該生活関連重要商品等の供給又は供給のあつせんをするよう協力を求めなければならない。



[ホーム](#) > [環境生活部](#) > [消費者安全課](#) > [北海道消費生活条例施行規則](#)

いいね! 0

ツイート

G+ 0

音声で読み上げる

最終更新日:2015年4月09日(木)

北海道消費生活条例施行規則

北海道消費生活条例施行規則

北海道消費生活条例施行規則

平成12年3月24日
規則第29号

改正 平成16年3月31日規則第84号 平成17年10月28日規則第115号

平成22年2月26日規則第8号 平成26年10月14日規則第74号

北海道消費生活条例施行規則をここに公布する。

北海道消費生活条例施行規則

北海道道民生活安定条例施行規則(昭和49年北海道規則第67号)の全部を改正する。

目次

- 第1章 総則(第1条)
- 第2章 危害の防止、規格等の適正化等(第2条—第18条)
- 第3章 知事への申出(第19条)
- 第4章 北海道立消費生活センター(第20条—第24条)
- 第5章 北海道消費生活審議会(第25条—第29条)
- 第6章 北海道消費者苦情処理委員会(第30条—第39条)
- 第7章 雑則(第40条—第42条)
- 附則

第1章 総則

(趣旨)

第1条 この規則は、北海道消費生活条例(平成11年北海道条例第43号。以下「条例」という。)の施行に関し必要な事項を定めるものとする。

第2章 危害の防止、規格等の適正化等 全部改正〔平成22年規則8号〕

(勧告)

第2条 条例第9条第3項、第15条第2項、第15条の2第3項、第17条第3項、第19条第2項又は第20条第2項の規定による勧告は、別記第1号様式の危害防止勧告書、別記第2号様式の規格、表示等の基準遵守勧告書、別記第2号様式の2の不当な表示是正勧告書、別記第3号様式の取引方法改善勧告書、別記第4号様式の売渡し勧告書又は別記第5号様式の価格等引下げ勧告書により行うものとする。

- 1 この規則は、平成12年4月1日から施行する。
- 2 北海道消費者訴訟資金貸付規則(昭和51年北海道規則第1号)は、廃止する。
附 則(平成16年3月31日規則第84号)
- 1 この規則は、平成16年4月1日から施行する。
- 2 この規則による改正後の規則の規定は、平成16年4月1日以後に発行する北海道公報に係る取扱いから適用し、同日前に発行する北海道公報に係る取扱いについては、なお従前の例による。
附 則(平成17年10月28日規則第115号)
- この規則は、平成18年4月1日から施行する。
附 則(平成22年2月26日規則第8号)
- この規則は、平成22年4月1日から施行する。
附 則(平成26年10月14日規則第74号)
- この規則は、公布の日から施行する。

別表(第3条の2関係)

1 条例第16条第1項第1号の規定に該当する不当な取引方法

- (1) 契約の勧誘の意図を明らかにせず、又は契約の勧誘以外のこと若しくは主な契約以外の契約の締結が主な目的であるかのように告げて、若しくはそのような表示をして、消費者に接近し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 消費者が依頼又は承諾をしていないにもかかわらず、消費者の住居若しくは業務を行っている場所(以下「住居等」という。)を訪問し、又は住居等に電話をかけることにより、消費者の意に反して、又は消費者に対し勧誘を拒絶する意思表示の機会を与えずに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (3) 消費者が依頼又は承諾をしていないにもかかわらず、ファクシミリ装置その他の通信機器又は情報処理の用に供する機器を利用して、契約の勧誘に係る表示を送信することにより、消費者の意に反して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

2 条例第16条第1項第2号の規定に該当する不当な取引方法

- (1) 消費者の知識、経験、財産、収入、職業、身体、家族構成、住居等の状況に照らして不相当と認められる商品若しくは役務(以下「商品等」という。)の供給を内容とする契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 年齢その他の要因による消費者の判断力の不足に乗じて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

3 条例第16条第1項第3号の規定に該当する不当な取引方法

- (1) 供給する商品等の品質、安全性及び内容、取引の条件その他の取引に関する事項その他の消費者の判断に影響を及ぼすこととなる重要な事項(以下「商品等に関する重要事項」という。)に関する情報であって、事業者が保有し、又は保有すべきものを消費者に提供せず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 商品等に関する重要事項について、実際の商品等又は他の事業者により供給される商品等よりも著しく優良又は有利であると消費者を誤認させる言動又は表示(以下「言動等」という。)を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (3) 商品を設置し、若しくは利用すること又は役務の提供を受けることが法令、条例若しくは規則又は消費者の所属する団体の規約等により義務づけられていると消費者を誤認させる言動等を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (4) 国、地方公共団体その他の公共団体若しくは著名な法人若しくは団体(以下「国等」という。)の職員である、又は国等の許可、認可、後援、委託等の関与を得ていると消費者を誤認させる言動等を用いて契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (5) 消費者が過去に締結した契約関係を利用して、当該消費者に対して、当該契約を継続し、又は新たな契約を締結する義務があると誤認させて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (6) 消費者若しくはその関係人の情報又はそれらの者が過去にかかわった取引における情報を利用して、当該消費者に対して、過去の不利益を回復し、又は現在被っている不利益の拡大若しくは新たな不利益の発生を防止すると誤認させて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (7) 契約の申込み又は承諾(以下「契約の申込み等」という。)となる行為について、当該行為が契約の申込み等にならないと誤認させる情報を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (8) 商品等に関する重要事項であって将来において不確実な事項について断定的判断を消費者に提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

- (9) 第1号から前号までに掲げるもののほか、消費者に対し、商品等に関する重要事項に係る情報を提供せず、事実と異なる情報その他の誤認させる情報を提供し、又は将来において不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

4 条例第16条第1項第4号の規定に該当する不当な取引方法

- (1) 消費者を威迫して困惑させる言動等を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 消費者の不幸を予言し、又は示唆し、消費者の不安をあおる言動その他の消費者を心理的に不安な状態に陥らせる言動等を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (3) 主な契約対象以外の商品等は無償又は著しい廉価で供給することにより、消費者を正常な判断ができない状態に陥れて、主な契約対象の商品等について契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (4) 恋愛感情を利用し、又は親切を装うことにより生じた消費者の心理的な負担を利用して、消費者を正常な判断ができない状態に陥れて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (5) 消費者が依頼又は承諾をしていないにもかかわらず、長時間にわたって当該消費者の住居等にとどまり、若しくは当該消費者を拘束し、又は執ように反復して説得することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (6) 正当な理由なく、早朝、深夜、勤務時間その他の消費者の私生活又は業務に支障のある時間に、その住居等を訪問し、電話をかけ、又はその他私生活若しくは業務の平穩を害する方法を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (7) 消費者が勧誘を受けることを拒絶し、又は契約を締結しない旨の意思を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。
- (8) 消費者が事業者に対し消費者の住居等から退去すべき旨の意思を示しているにもかかわらず、当該住居等から退去せず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (9) 消費者が勧誘を受けている場所から退去する旨の意思を示しているにもかかわらず、当該場所からの消費者の退去を妨げることにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (10) 消費者の意に反して、検討する時間又は関係人に相談する機会を与えずに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (11) 消費者が依頼又は承諾をしていないにもかかわらず、消費者の住居等に商品を送付し、代金その他の名目による対価を請求することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (12) 消費者が依頼又は承諾をしていないにもかかわらず、消費者の住居等において商品等の供給を行い、代金その他の名目による対価を請求することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (13) 消費者の意に反して、執ように資金の借入れその他の資金の調達を勧めて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (14) 消費者の同意なく入手した当該消費者の個人情報又は過去の取引に関する情報を利用して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (15) 第1号から前号までに掲げるもののほか、消費者を威迫して困惑させ、不安にさせ、若しくは正常な判断ができない状態に陥らせ、又は消費者に迷惑を覚えさせるような方法を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

5 条例第16条第1項第5号の規定に該当する不当な取引方法

- (1) 消費者の年齢、職業、収入その他の事項について、契約に関する書面又はこれに付随する書面(以下「契約書面等」という。)に虚偽の記載をし、又は消費者に虚偽の記載をさせることにより、当該消費者に不当な不利益を与えることとなる契約を締結させること。
- (2) 契約書面等に消費者が行った意思表示と異なる内容を記載して、消費者に不当な不利益を与えることとなる契約を締結させること。
- (3) 事業者の氏名若しくは名称又は住所その他の連絡先について、消費者に対して明らかにせず、又は虚偽の内容を告げることにより、消費者に不当な不利益を与えることとなる契約を締結させること。
- (4) 消費者に対し名義の貸与を求め、又は消費者の同意なく名義を使用して、当該消費者の意に反する債務を負担させる契約を締結させること。
- (5) 消費者にとって過大な量の又は不当に長期にわたる商品等の供給を内容とする契約を締結させること。
- (6) 消費者の返済する能力を超えることが明らかな信用の供与を伴う契約を締結させること。
- (7) 商品等の価値に比して著しく高額な価格を定める内容の契約を締結させること。
- (8) 契約に係る損害賠償額の予定、違約金又は契約の解除に伴う清算金の定めにおいて、消費者に不当に高額な又は高率な負担を求める内容の契約を締結させること。
- (9) 債務不履行若しくは債務履行に伴う不法行為若しくは契約の目的物の瑕疵により生じた事業者の損害賠償の責任の全部若しくは一部を不当に免除し、又は契約の目的物の瑕疵に係る事業者の修補する責任を一方的に免責させる内容の契約を締結させること。
- (10) 商品等の供給を受ける際に必要なクレジットカード、会員証その他の資格を証するものが第三者によって不正に使用された場合に、消費者に不当に責任を負わせる内容の契約を締結させること。

北海道消費生活条例第16条第1項の規定に基づく

不当な取引方法

趣旨・語句説明・関係法令・適用事例

1 不当な手段による接近及び消費者の意思に基づかない勧誘	…… 4p.
2 消費者の状況に適合しない契約及び消費者の判断力の不足に乗じた契約	…… 8p.
3 消費者を誤認させる行為	……10p.
4 自由な意思の形成を妨害する行為	……20p.
5 不当な内容の契約	……36p.
6 債務履行の不当な強要	……49p.
7 債務の不履行	……56p.
8 契約解除等への不当な妨害	……59p.
9 不当な与信行為	……68p.

北海道環境生活部くらし安全局消費者安全課

(関係法令修正版 H27.9.1現在)

(勧誘拒絶後の勧誘、契約締結拒絶後の勧誘)

(7) 消費者が勧誘を受けることを拒絶し、又は契約を締結しない旨の意思を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。

(趣 旨)

事業者が商品の販売等の勧誘をすることは消費者の意思に完全にに基づいていなければならないものであり、勧誘を拒絶する消費者の意思を無視した勧誘は行われてはならないものであることから、消費者が勧誘を拒絶する意思を表示している場合には勧誘を行ってはならない旨を規定するものである。

併せて、消費者が契約を拒絶する旨の意思を表示したにもかかわらず事業者が勧誘を継続する行為は、消費者にとって著しく迷惑であり、消費者の意思形成の過程を著しく歪めることとなることから、事業者によるこのような行為を禁止するものである。

(語句説明)

1 消費者が勧誘を受けることを拒絶し

勧誘を受けたくない旨の意思表示であれば、明示的(「セールスならお断りします。」「もう聞きたくない。)」であるかどうかを問わない。

例えば、「もう時間がない。」「約束がある。」「今忙しい。」などと発言すること、勧誘を一旦中断してほしい旨の意思表示を行うことのほか、路上で声をかけられた際に手を上げて勧誘を受けない身振りをすることも勧誘を拒絶する意思表示に含まれる。

また、勧誘拒絶の意思表示は口頭であっても文書であってもよい。玄関やマンションの入口に「セールスお断り」又は「訪問販売お断り」というステッカーを貼付することは、当該住居等に居住している全員が訪問による販売活動を拒絶する意思表示をしているものと解されることから、そのように解される限り、当該住居を訪問して契約のための勧誘を行うことは、基本的に本号に該当する。

2 契約を締結しない旨の意思を示しているにもかかわらず

事業者は消費者から契約を締結しない旨の意思が表示された場合には直ちに勧誘を中止しなければならない。

消費者による契約を締結しない旨の意思表示の対象が、特定の契約案件に限定してなされていることが客観的に明らかかな場合には、特定の契約案件についての勧誘が禁止される。同様に消費者から契約を締結しない旨の意思表示の対象が特定の商品等の種類に限定していることが明らかかな場合には、特定の商品等の種類に係る勧誘が禁止される。

消費者が事業者との契約締結をすべて拒絶する趣旨の意思を表示している場合には、事業者は直ちに消費者に対するすべての勧誘を取りやめなければ、本号に該当する。

なお、事業者が消費者に接近した際に、消費者が特段の限定なく単に「間に合っています。」「いいですね。」などと申し述べた場合には、基本的に消費者は事業者とのいかなる契約締結も拒絶しているものである。

事業者において消費者の意思表示の趣旨が不明であれば、事業者は消費者に真意を確認する必要があるのであって、事業者が消費者の意思を勝手に解釈して一方的に勧誘を継続した場合には、本号の適用を免れない。

消費者からの意思表示は明示的(「契約しません。」「いいません。」「結構です。)」である必要はなく、非言語による表現(身振り手振りの動作など)により明らかに契約しない旨の意思が表示された場合には、直ちに勧誘を停止しなければ本号に該当する。

(関係法令)

○特定商取引法

(契約を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘の禁止等)

第3条の2 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売をしようとするときは、その相手方に対し、勧誘を受ける意思があることを確認するよう努めなければならない。

2 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結しない旨の意思を表示した者に対し、当該売買契約又は当該役務提供契約の締結について勧誘をしてはならない。

(契約を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘の禁止)

第17条 販売業者又は役務提供事業者は、電話勧誘販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結しない旨の意思を表示した者に対し、当該売買契約又は当該役務提供契約の締結について勧誘をしてはならない。

○ 京都府消費生活安全条例

京都府消費生活安全条例をここに公布する。

平成19年3月16日

京都府知事 山田啓二

京都府条例第9号

京都府消費生活安全条例

消費生活の安定及び向上に関する条例（昭和54年京都府条例第32号）の全部を改正する。

目次

前文

- 第1章 総則（第1条－第7条）
- 第2章 連携及び協働の推進（第8条・第9条）
- 第3章 安全の確保、取引方法の適正化等
 - 第1節 安全の確保（第10条－第12条）
 - 第2節 取引方法の適正化（第13条－第19条）
 - 第3節 生活関連物資の調査等（第20条－第23条）
- 第4章 苦情の処理及び訴訟援助（第24条－第29条）
- 第5章 啓発活動の推進等（第30条・第31条）
- 第6章 京都府消費生活審議会（第32条・第33条）
- 第7章 雑則（第34条－第39条）

附則

私たちは、安心・安全な消費生活の実現を願い、消費者と事業者が共に築き上げた信頼関係の下で、心豊かな消費生活を営んできた。

しかしながら、近年、経済社会の変化に伴い、多種多様な商品及びサービスが現れ、生活に利便性がもたらされる一方、府民の安全を害する商品、不当な取引行為、架空請求等の犯罪行為などにより、消費者と事業者の信頼関係が損なわれ、府民の安心・安全を脅かす様々な問題が生じるようになった。さらに、高度情報通信社会及び消費生活における国際化の進展や規制緩和などにより、消費者問題は、複雑化し、かつ、多様化している。そのような状況の中で、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よって、消費者は事業者に比べ取引上不利な立場に置かれることが多くなっている。

安心・安全な消費生活の実現に当たっては、これらの格差が是正され、誠実な事業者と自主的かつ合理的に行動する消費者との健全な関係がはぐくまれ、公正な市場が形成されることが重要である。そのためには、消費者の権利の確立を図り、消費者が自主的かつ合理的に行動することができるよう支援するとともに、事業者と消費者との交流や情報の共有を推進し、府、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体の連携及び協働の下で、消費生活の安定及び向上に関する取組が促進されなければならない。

このような認識の下に、府民の消費生活の安定及び向上を図るための基本理念を定め、府、事業者、消費者等の果たすべき責務及び役割を明らかにするとともに、府が実施する施策について必要な事項を定めることにより、事業者と消費者の健全な関係の構築を図り、もって府民の安心・安全な消費生活を実現するため、この条例を制定する。

を改善することその他必要な措置をとるべきことを勧告することができる。

(緊急安全確保措置)

第12条 知事は、事業者の供給する商品等がその欠陥により著しく消費者の安全を害し、又は害するおそれがある場合であって、消費者の安全を確保するため緊急の必要があると認めるときは、法令等に定める措置をとる場合を除き、直ちに、当該商品等の名称、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情報を府民に提供するものとする。

2 知事は、前項の規定による情報の提供を行おうとするときは、当該情報の提供に係る事業者に対し、あらかじめ、その旨を通知し、釈明及び証拠の提出の機会を与えるものとする。

第2節 取引方法の適正化

(表示の適正化)

第13条 知事は、消費者が商品等の選択等を誤ることがないようにするため必要があると認めるときは、法令等に定めがある場合を除き、商品等の品質、価格等について、表示すべき事項その他表示に関し事業者が守るべき基準を定めることができる。

2 事業者は、商品等を供給するに当たり、前項の規定により定められた基準を守らなければならない。

3 知事は、前項の規定に違反している事業者があるときは、当該事業者に対し、当該違反事項を是正するよう指導し、及び勧告することができる。

(包装の適正化)

第14条 知事は、商品の包装を適正に行わせるため必要があると認めるときは、法令等に定めがある場合を除き、供給する商品の包装について、事業者が守るべき基準を定めることができる。

2 事業者は、商品を包装するに当たり、前項の規定により定められた基準を守らなければならない。

3 前条第3項の規定は、前項の規定に違反している事業者がある場合に準用する。

(不当な取引行為の禁止)

第15条 事業者は、商品等の取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為で規則で定めるもの(以下「不当な取引行為」という。)を行ってはならない。

(1) 消費者に商品等に関する重要な情報を故意に提供せず、又は誤信を招く情報を提供し、消費者を威迫し、又は心理的不安に陥れ、消費者の拒絶の意思に反し、又は判断力の不足に乗じる等の不当な手段を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(2) 消費者に著しい不利益をもたらす不当な内容の契約を締結させる行為

(3) 消費者又はその関係人を欺き、威迫する等の不当な手段を用いて、契約(契約の成立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強要し、又は債務の履行をさせる行為

(4) 消費者との契約に基づく債務の履行を不当に遅延し、若しくは拒否し、又は継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく履行を中止する行為

(5) 消費者の正当な根拠に基づく契約の解除、取消し若しくは申込みの撤回(以下「解除等」という。)を不当に妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の解除等に基づく債務の履行を不当に遅延し、若しくは拒否する行為

(6) 商品等を供給する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品等の購入を条件又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が明白であるにもかかわらず、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強要し、若しくは債務の履行をさせる行為

(生活関連物資に関する調査結果の情報提供)

第23条 知事は、生活関連物資の円滑な流通又は価格の安定若しくは適正化を図るため必要があると認めるときは、第20条第1項及び第21条の規定による調査の結果を明らかにするものとする。

第4章 苦情の処理及び訴訟援助

(苦情の処理)

第24条 知事は、商品等の供給に関し、消費者から苦情の申出があったときは、当該苦情を適切かつ迅速に処理しなければならない。

2 知事は、前項の規定による苦情の処理を行うに当たり、事業者その他関係者に対し、必要な資料の提出又は説明を求めることその他必要な調査を行うことができる。

(苦情に係るあっせん及び調停)

第25条 知事は、消費者から申出のあった苦情のうち解決が困難であると認めるものについて、京都府消費生活審議会（以下この条において「審議会」という。）のあっせん又は調停に付することができる。

2 審議会は、あっせん又は調停のため必要があると認めるときは、当事者の出席を求め、その意見を聴くことができる。

3 知事は、消費生活に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれがある苦情について、第1項の規定により審議会に付託したときはその苦情の概要を、当該苦情に係る審議会の審議が終了したときはその経過及び結果を明らかにすることができる。

(苦情の処理に係る市町村への支援)

第26条 府は、市町村における消費者からの苦情の処理が適切かつ迅速に行われるよう、研修の実施、情報の提供、助言その他の必要な支援を行うものとする。

(消費者訴訟の援助)

第27条 知事は、消費者が事業者を相手に訴訟を提起するときは、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。

(貸付金の返還等)

第28条 前条の規定により費用の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、貸付金の全額を府に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、必要があると認めるときは、規則で定めるところにより、貸付金の全部又は一部の返還を免除し、又は猶予することができる。



(適格消費者団体に対する支援)

第29条 府は、消費者契約法（平成12年法律第61号）第2条第4項に規定する適格消費者団体に対し、消費生活相談に関する情報で規則で定めるものの提供その他必要な支援を行うことができる。

第5章 啓発活動の推進等

(啓発活動の推進等)

第30条 府は、消費者が自主性をもって健全な消費生活を営むことができるよう、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、商品等に関する知識の普及及び情報の提供、生活設計に関する知識の普及その他の消費者に対する啓発活動を推進するとともに、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の充実に努めるものとする。

(環境等への配慮)

第31条 府は、環境の保全等に配慮して事業活動が行われ、又は消費生活が営まれるよう、環境の保

資料 6

○京都府消費生活安全条例施行規則

平成19年6月29日
京都府規則第29号

京都府消費生活安全条例施行規則をここに公布する。

京都府消費生活安全条例施行規則
消費生活の安定及び向上に関する条例施行規則（昭和54年京都府規則第47号）の全部を改正する。

（基準の告示）
第1条 知事は、京都府消費生活安全条例（平成19年京都府条例第9号。以下「条例」という。）第13条第1項及び第14条第1項の規定により基準を定めるときは、速やかにその旨を告示するものとする。当該基準を変更し、又は廃止したときも同様とする。

（不当な取引行為）
第2条 条例第15条に規定する規則で定める行為は、別表のとおりとする。

（あっせん及び調停に係る通知等）
第3条 ようは、当事者又は当事者に合意が成立する見込みがないと認めてこれらを打ち切るときは、当事者に対し、書面によりその旨を通知しなければならない。
2 審議会は、あっせん又は調停のため必要があると認めるときは、当事者に必要な資料の提出を求め、又は関係者に出席を求め、その意見を聴き、若しくは必要な資料の提出を求めることができる。
3 審議会は、あっせん又は調停が終了したときは、速やかにその経過及び結果を知事に報告しなければならない。

（訴訟援助の要件）
第4条 条例第27条の規定による訴訟（以下「消費者訴訟」という。）の援助は、次の各号に掲げる要件のすべてを満たす場合に行うものとする。
（1）消費者訴訟を提起する者が、府内に住所を有すること。
（2）消費者訴訟を提起する者が、次条第1項各号に掲げる費用に充てる資金を自ら調達すること。
（3）同一又は同種の原因による被害を受けた消費者が多数生じ、又は生じるおそれがあること。
（4）消費者訴訟に係る紛争が審議会のあっせん又は調停に付されたものであること。

（貸付けを行う費用の範囲及び貸付限度額）
第5条 費用の範囲は、次に掲げる費用（以下「消費者訴訟費用」という。）として貸付けを行うものとする。
（1）民事訴訟費用等に関する法律（昭和46年法律第40号）第2章の規定により裁判所に納める費用
（2）弁護士に支払う手数料、謝金その他の費用
（3）前2号に掲げるもののほか、当該消費者訴訟に要する費用で知事が適当であると認めるもの

2 消費者訴訟費用として貸し付ける貸付金（以下「貸付金」という。）の限度額は、120万円とする。

（貸付けの申請）
第6条 貸付金の貸付けを受けようとする者（以下「申請者」という。）は、消費者訴訟費用貸付申請書（別記第1号様式）に次に掲げる書類を添えて知事に提出しなければならない。
（1）住民票記載事項証明書その他の申請者の氏名及び住所を明らかにする書類
（2）消費者訴訟費用の支払予定額調書（別記第2号様式）
（3）前2号に掲げるもののほか、知事が必要と認める書類

（貸付けの決定）
第7条 知事は、貸付金の貸付けを行おうとするときは、あらかじめ審議会の意見を聴かなければならない。
2 知事は、貸付金の貸付けを決定したときは消費者訴訟費用貸付決定通知書（別記第3号様式）により、貸付金の貸付けを行わないことを決定したときはその旨を書面により申請者に通知するものとする。

（借用証書の提出）
第8条 前条第2項の規定により貸付けの決定の通知を受けた者は、貸付金を受領するときには、消費者訴訟費用貸付金借用証書（別記第4号様式）を知事に提出しなければならない。

（追加貸付け）
第9条 貸付金の貸付けを受けた者（以下「借受者」という。）は、上訴その他やむを得ない理由により、消費者訴訟費用に充てる資金に不足が生じたときは、貸付金の追加貸付けを申請する。この場合において、追加貸付けの申請額は、第5条第2項に規定する額の既に貸し付けを受けた貸付金の額との差に相当する額を超えてはならない。
2 前条各号に掲げる書類を添えて知事に提出しなければならない。

3 第7条第2項及び前条の規定は、第1項の規定による申請があった場合に準用する。

（貸付決定の取消し）

第10条 知事は、第7条第2項（前条第3項において準用する場合を含む。）の規定により貸付けの決定を受けた者が次の各号のいずれかに該当するときは、当該決定を取り消すことができる。

- (1) 正当な理由がなく、貸付金の貸付けの決定を受けた日から起算して3箇月以内に訴訟の提起をしないとき。
- (2) 虚偽の申請その他の不正な手段により貸付金の貸付けを受けたとき。
- (3) 貸付金を貸付けの目的以外に使用したとき。

2 知事は、前項の取消しをしたときは、当該貸付けの決定の通知を受けた者に対し、その旨を書面により通知するものとする。

3 前項の通知を受けた者は、次条第2項の規定による返還期限にかかわらず、直ちに、貸付金の全部を返還しなければならない。

（貸付金の利率、返還期限及び返還方法）

第11条 貸付金の返還期限は、当該貸付金に係る訴訟が終了した日の翌日から起算して6箇月以内とする。

3 貸付金の返還方法は、一括払とする。

（貸付金の返還の免除）

第12条 条例第28条第2項の規定により貸付金の全部又は一部の返還を免除することができる場合は、次の各号のいずれかに該当する場合とする。

- (1) 確定判決により認められた額が貸付金の額を下回った場合
- (2) 借受者が死亡し、訴訟を承継する者がいない場合
- (3) 前2号に掲げる場合のほか、知事が特に必要があると認めたと認めた場合

2 貸付金の返還の免除を受けようとする者は、消費者訴訟費用貸付金返還免除申請書（別記第6号の様式）にその理由を証する書類を添えて知事に提出しなければならない。

3 知事は、貸付金の返還の免除の可否を決定したときは、貸付金の返還の免除を申請した者に対し、その旨を書面により通知するものとする。

（貸付金の返還の猶予）

第13条 条例第28条第2項の規定により貸付金の返還を猶予することができる場合は、借受者が災害、疾病その他やむを得ない理由により第11条第2項の規定による返還期限までに貸付金を返還するに著しく困難である者として認められた場合とする。

- 2 貸付金を返還するに猶予を受けようとする者は、消費者訴訟費用貸付金返還猶予申請書（別記第7号の様式）にその理由を証する書類を添えて知事に提出しなければならない。
- 3 知事は、貸付金の返還の猶予の可否を決定したときは、貸付金の返還の猶予を申請した者に対し、その旨を書面により通知するものとする。

（違約金）

第14条 知事は、借受者が貸付金を返還期限までに返還しなかったときは、当該返還期限の翌日から当該貸付金を返還した日までの日数に及び、返還しなかった額につき年10.75パーセントの割合を計算した額の違約金を徴収するものとする。

- 2 知事は、借受者が第10条第3項の規定により貸付金を返還する場合にあっては、前項の規定にかかわらず、貸付金の貸付けを受けた日の翌日から当該貸付金を返還した日までの日数に及び、返還すべき額につき年10.75パーセントの割合で計算した額の違約金を徴収するものとする。

（届出事項）

第15条 借受者は、貸付金の返還を完了するまでの間において、次の各号のいずれかに該当するときは、速やかにその事実を明らかにする書類を添えて、その旨を知事に届け出なければならない。

- (1) 訴訟を提起したとき。
 - (2) 訴訟を取り下げたとき又は訴訟が終了したとき。
 - (3) 訴訟について、請求の内容を変更したとき又は訴訟の承継があったとき。
 - (4) 借受者が住所又は氏名を変更したとき。
- 2 借受者が貸付金の返還を完了するまでの間において死亡したときは、その相続人は、速やかにその事実を明らかにする書類を添えて、その旨を知事に届け出なければならない。

（報告の徴収）

第16条 知事は、借受者に対し、貸付金に係る訴訟の経過、貸付金の使用状況その他必要な事項について報告を求めることができる。

（知事が提供する情報）

第17条 条例第29条に規定する規則で定める情報は、次に掲げる情報とする。

- (1) 消費者契約法（平成12年法律第61号）第13条第3項第5号イに規定する消費生活相談（次号及び次条において「消費生活相談」という。）に関する情報で消費者契約法施行規則（平成19年内閣府令第17号）第31条第1項第1号に規定する全国消費生活情報ネットワーク・システムに蓄積されたもののうち、知事が提供した情報で、同法第2条第4項に規定する適格消費者団体（以下「適格消費者団体」という。）が同法第12条の第2第1項第2号ハに規定する差止請求権（以下「差止請求権」という。）を適切に行使するため必要と認められるもの
 - (2) 前号に定めるもののほか、知事が受けた消費生活相談に関する情報のうち、適格消費者団体が差止請求権を適切に行使するため必要と認められるもの
- （平28規則13・一部改正）
- （情報の提供の申請等）



京都府

ホーム > 暮らし・環境 > 食生活・消費生活 > 京都府消費生活安全センター 暮らしの情報ひろば > 京都府消費生活安全条例により禁止する不当な取引行為の事例集

ツイート

いいね! 0

京都府消費生活安全条例により禁止する不当な取引行為の事例集

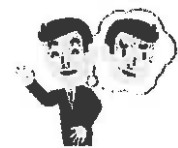
1. 勧誘に係る不当な取引行為
2. 契約内容に係る不当な取引行為
3. 債務強要に係る不当な取引行為
4. 履行遅滞等に係る不当な取引行為
5. 解除妨害に係る不当な取引行為
6. 与信行為に係る不当な取引行為

1 勧誘に係る不当な取引行為

消費者に商品等に関する重要な情報を故意に提供せず、又は誤信を招く情報を提供し、消費者を威迫し、又は心理的不安に陥れ、消費者の拒絶の意思に反し、又は判断力の不足に乗じる等の不当な手段を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(1) 重要事項の不告知又は不実告知による勧誘

商品及び役務(以下「商品等」という。)の種類、性能、品質、取引条件、取引の仕組みその他商品等に関する重要な事項について、事実を告げず、又は事実と異なる情報を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為



事例

- 新築後5年と説明して、住宅を購入させる。実際は改築5年であった。
- この商品を身につけると「肩こりが治る。」「血管の詰まりがとれ、脳梗塞の予防になる。」と言ってゲルマニウムのアクセサリーや磁気入りアクセサリーを購入させる。
- さしたる科学的な根拠がないのに「肩こりや糖尿病などあらゆる病気が治る。」と言って家庭用電気治療器を購入させる。
- 下着の勧誘で「体型に合わせて作るので身につけているだけで痩せる。」と言って勧誘する。
- 中古車の販売に際し、その車が事故車であることを知っていたにもかかわらず、そのことを告げず勧誘する。
- リスクの高い金融商品をリスクのあることを説明せず、購入させる。

(18) 過去の取引の情報を悪用した勧誘

過去に消費者がかかわった取引に関する情報を利用し、消費者を心理的に不安な状態に陥らせて、過去の不利益が回復できるかのように告げ、又は現在被っている不利益が拡大すること若しくは新たな不利益を被ることを防止するかのように告げて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

事例

- 以前、資格取得講座を受講したことのある者に対し「契約が未だ終了していない。受講を継続するか終了するための費用を支払わなければいけない。」と言って、新たな契約を締結させる。
- 以前、着物、宝石等の展示会で強引に買われ、被害に遭った者に対し、「買った宝石等を法人にリースすれば収益を得られ、被害を回復できる。」等と言って貴金属の契約を締結させる。
- 「原野商法」の被害者に「この土地を売却することができるが、土地の測量をしないと売却できない。」などと言って高額な測量契約を締結させる。



(19) 拒絶後の勧誘

消費者が勧誘を拒絶する旨の意思を示しているにもかかわらず、なおも契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

事例

- 「もう電話しないでください。」と断っても、勧誘の電話をかけてくる。
- 「訪問販売お断り」と門扉に掲示し、また「いりません。」と断っているにもかかわらず、訪問販売の業者が訪ねてくる。

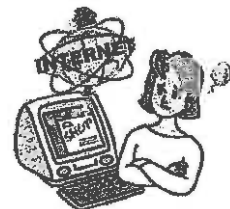


(20) 電気通信手段を利用した不当な勧誘

消費者が拒否しているにもかかわらず、又はその意思表示の機会を与えることなしに、ファクシミリ装置を用いて送信する方法又は電子メールにより一方的に広告等を反復送信して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

事例

- 消費者から送信拒否の意思表示がされても繰り返し広告メールを送信する。
- 消費者宅へ、送信拒否の意思表示をされても毎日のようにファックスで広告を送り、マンションの購入を執ように勧める。



ページの先頭に戻る

○葛飾区消費生活条例

平成19年12月17日

条例第38号

目次

第1章 総則(第1条—第10条)

第2章 消費者への支援(第11条—第14条)

第3章 消費者被害の防止(第15条・第16条)

第4章 消費者被害の救済(第17条—第26条)

第5章 葛飾区消費生活対策審議会(第27条)

第6章 雑則(第28条)

付則

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かんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、基本理念を定め、葛飾区(以下「区」という。)及び事業者の責務並びに消費者の役割を明らかにするとともに、区が実施する施策について必要な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(以下「消費者施策」という。)の推進を図り、もって区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。

(定義)

第2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) 区民 区内に在住し、在勤し、又は在学する者及び区内において事業活動又は社会的活動を行うものをいう。
- (2) 消費者 区民のうち、事業者が供給する商品又はサービスを使用し、又は利用して生活し、又は活動を行うものをいう。
- (3) 事業者 商業、工業、サービス業その他の事業を行うものをいう。
- (4) 商品 消費者が消費生活を営む上において使用する物をいう。
- (5) サービス 消費者が消費生活を営む上において使用し、又は利用するもののうち、商品以外のものをいう。
- (6) 消費者団体 消費者の保護又は消費生活の安定及び向上を目的とする団体をいう。

(基本理念)

第3条 消費者施策の推進は、区民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な消費生活を営むことができる環境が確保される中で、次に掲げる事項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) 消費者の生命、身体及び財産が商品及びサービスにより侵害されず、安全が確保されること。
- (2) 商品及びサービスについて、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保されること。
- (3) 消費者に対する必要な情報の提供及び教育の機会の提供が確保されること。
- (4) 消費者に被害が生じた場合における公正かつ速やかな救済の方法が確保されること。
- (5) 消費者の意見が消費者施策に反映されること。

(環境への負荷等に対する配慮)

第4条 消費者施策の推進は、消費生活における環境への負荷及び高度情報通信社会の進展への的確な対応に配慮して行われなければならない。

(区の責務)

第5条 区は、消費者施策を通じて、消費者の権利を尊重し、区民の消費生活の安定及び向上を確保するものとする。

2 区は、区民の参加と協力の下に、消費者施策を実施するよう努めなければならない。

3 区は、消費者施策に区民の意見を反映することができるよう必要な措置を講ずるものとする。

4 区は、区民が消費生活の安定及び向上を図るため自主的に行う調査、研究、学習等の活動に対して、必要な援助及び協力をを行うよう努めなければならない。

(国等との相互協力)

第6条 区は、消費者施策を実施するに当たり、必要に応じ、国、東京都、他の地方公共団体その他の関係機関に対して、情報の提供、調査の実施その他の協力を求めなければならない。

2 区は、国、東京都又は他の地方公共団体が実施する消費者施策について、情報の提供、調査の実施その他の協力を求められたときは、これに応ずるよう努めなければならない。

(国等に対する措置要求等)

第7条 葛飾区長(以下「区長」という。)は、前条第1項に定めるもののほか、区民の消費生活の安定及び向上を確保するため必要があると認めるときは、国、東京都、他の地方公共団体その他の関係機関に対し、意見を述べ、必要な措置を講ずるよう求めなければならない。

(事業者の責務)

第8条 事業者は、商品又はサービスの供給その他の事業活動を行うに当たり、次の事項に配慮し、必要な措置を講ずるよう努めるとともに、区が実施する消費者施策に協力するものとする。

- (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) 消費者からの苦情に対し、適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備を図るとともに、当該苦情に適切に対応すること。
- (4) 環境への負荷に配慮すること。

(消費者の役割)

第9条 消費者は、自主的に消費生活に関する知識を習得し、主体的に行動するよう努めるとともに、環境への負荷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10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を行うよう努めるとともに、消費者に対する啓発及び教育並びに消費者被害の防止及び救済のための活動をするよう努めるものとする。

第2章 消費者への支援

(情報の収集及び提供)

第11条 区長は、区民の消費生活の安定及び向上を確保するために、消費生活に関する必要な情報を収集するとともに、区民に対しその情報を提供するものとする。

(成年後見制度の活用等)

第12条 区長は、判断能力の不十分な高齢者その他の支援を要する者の生命、身体及び財産を消費者被害から保護するため、成年後見制度の活用その他の必要な措置を講ずるものとする。

(消費者教育の推進)

第13条 区長は、消費者が消費生活を営む上で、必要な知識及び判断力を習得し、主体的に行動し、並びにその行動が経済社会及び環境に及ぼす影響についての理解を深めるため、消費者に対する教育に係る施策を推進するものとする。

(消費者団体の育成及び支援)

第14条 区長は、消費者団体の育成に努めるとともに、消費者団体が行う消費生活に係る活動について、必要な支援を行うよう努めるものとする。

第3章 消費者被害の防止

(不適正な取引行為の禁止)

第15条 事業者は、消費者と取引を行うに当たり、次に掲げる不適正な取引行為を行わないものとする。

(1) 消費者を訪問し又は電話機、ファクシミリ装置その他の通信機器若しくは情報処理の用に供する機器を利用して広告宣伝等を行うことにより、消費者の意に反して、又は消費者にとって不適当な契約と認められるにもかかわらず若しくは消費者の判断力不足に乗じることにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

(2) 法令等に定める書面(当該書面に記載すべき事項を記録した電磁的記録を含む。)を消費者に交付する義務、広告における表示義務その他事業者が消費者に情報を提供する義務に違反して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

(3) 消費者に対し、販売の意図を隠し、商品若しくはサービスの品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報であって、事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

(4) 消費者を威迫して困惑させ、又は迷惑を覚えさせるような方法で、若しくは消費者を心理的に不安な状態若しくは正常な判断ができない状態に陥らせ、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

(5) 取引における信義誠実の原則に反し、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。

(6) 消費者又はその関係人を欺き、威迫して困惑させる等不当な手段を用いて、消費者又はその関係人に契約(契約の成立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迫り、又は当該債務の履行をさせること。

(7) 契約若しくは法律の規定に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対し、適切な処理をせず、履行を不当に拒否し、若しくは遅延させ、又は継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。

(8) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張に際し、これらを妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行を不当に拒否し、又は遅延させること。

(9) 商品若しくはサービスを販売する事業者又は取次店等実質的な販売行為を行うものからの商品又はサービスの購入を条件又は原因として信用の供与をする契約若しくは保証を受託する契約(以下この号において「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が明白であるにもかかわらず、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こと。

(基準の設定及び告示)

第16条 区長は、葛飾区消費者被害救済委員会の意見を聴いて、前条各号に該当する不適正な取引行為の基準を定めることができる。

2 区長は、前項の規定により不適正な取引行為の基準を定めたときは、これを告示しなければならない。

第4章 消費者被害の救済

(区長に対する申出)

第17条 区民は、この条例の定めに違反する事業者の事業活動により、又はこの条例に定める措置が講じられていないため、消費者の権利が侵害されている疑いがあるときは、区長に対しその旨を申し出て、必要な措置を講ずるよう求めることができる。

2 区長は、前項の規定による申出があったときは必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときはこの条例に基づく措置その他必要な措置を講ずるものとする。

3 区長は、区民の消費生活の安定及び向上を確保するため必要があると認めるときは、第1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明らかにするものとする。

(被害からの救済のための助言等)

葛飾区消費者被害救済委員会の意見を聴いて定めた不適正な取引行為の基準について

平成21年10月1日
告示第308号

葛飾区長 青木 勇

葛飾区消費生活条例（平成19年葛飾区条例第38号。以下「条例」という。）第16条第1項の規定により、葛飾区消費者被害救済委員会の意見を聴いて、次のとおり不適正な取引行為の基準を定めたので告示する。

第1 条例第15条第1号に規定する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。（消費者の自主性を害する契約の勧誘・締結行為）

- ① (1) 商品又はサービスの販売に際し、消費者の拒絶の意思表示（訪問販売お断りのステッカーなどにより意思を表示している場合を含む。）にもかかわらず、消費者を訪問し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 商品又はサービスの販売に際し、消費者からの承諾を得ずに、特定商取引に関する法律施行規則（昭和51年通商産業省令第89号。以下「特商法規則」という。）第2条第2号及び第11条の2に規定する方法を利用して電子メール広告を一方向的に送信することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (3) 商品又はサービスの販売に際し、消費者の知識、経験及び財産の状況に照らして不相当と認められる契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (4) 商品又はサービスの販売に際し、高齢者その他の者の判断力の不足に乘じ、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

第2 条例第15条第2号に規定する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。（情報を提供する義務に違反する契約の勧誘・締結行為）

- (1) 商品又はサービスの販売に際し、法令等に定める書面（当該書面に記載すべき事項を記録した電磁的記録を含む。）を消費者に交付する義務その他事業者が消費者に情報を提供する義務に違反し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

長野県消費生活条例

目次

- 第1章 総則（第1条―第7条）
- 第2章 安全の確保（第8条―第12条）
- 第3章 取引の適正化（第13条―第16条）
- 第4章 不当な取引行為の防止（第17条―第19条）
- 第5章 苦情の処理等（第20条―第30条）
- 第6章 啓発活動及び教育の推進（第31条―第33条）
- 第7章 生活関連物資の価格の安定等（第34条―第37条）
- 第8章 長野県消費生活審議会（第38条―第40条）
- 第9章 雑則（第41条―第46条）

附則

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、消費者の権利の確立及びその自立の支援その他の基本理念を定め、県及び事業者の責務等を明らかにするとともに、県が実施する施策について必要な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（以下「消費者施策」という。）の推進を図り、もって県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 消費者施策の推進は、県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（以下「消費者の権利」という。）を確立するとともに、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) 消費者の安全が確保される権利
 - (2) 商品及び役務（以下「商品等」という。）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る権利
 - (3) 消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供される権利
 - (4) 消費者の意見が消費者施策に反映される権利
 - (5) 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権利
- 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。

援助その他の必要な支援を行うものとする。

(長野県消費者被害救済委員会)

第23条 消費者の商品等により受ける被害が多発し、若しくは多発するおそれがあり、又は消費者の利益が著しく侵害され、若しくは侵害されるおそれのある紛争について、知事の付託に応じてあつせん又は調停を行うため、長野県消費者被害救済委員会(以下「救済委員会」という。)を設置する。

第24条 救済委員会は、委員5人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから知事が任命する。

- (1) 消費生活についての紛争に関し識見を有する者
- (2) 消費者
- (3) 事業者

第25条 委員の任期は、2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。

第26条 委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。

第27条 救済委員会に会長を置き、委員が互選する。

2 会長は、会務を総理する。

3 会長に事故があるときは、あらかじめ会長が指名した委員が、その職務を代理する。

第28条 会議は、会長が招集し、会長が議長となる。

2 救済委員会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。

3 救済委員会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

第29条 救済委員会は、必要があると認めるときは、当事者、関係人等に対して、資料の提出又は説明若しくは意見を求めることができる。

(消費者訴訟に係る支援)

第30条 知事は、消費者の商品等により受けた被害について、消費者又は消費者契約法(平成12年法律第61号)第2条第4項に規定する適格消費者団体が事業者に対して訴訟を提起する場合において、当該消費者又は適格消費者団体の求めがあつたときは、これらの者に対し、規則で定めるところにより資料の提供その他の訴訟に必要な支援を行うことができる。

第6章 啓発活動及び教育の推進

(啓発活動の推進)

第31条 県は、消費生活の安定及び向上を図るため、消費生活に関する知識の普及、情報の提供その他の消費者に対する啓発活動を推進するものとする。

(消費者教育の充実)

第32条 県は、消費者が生涯にわたって消費生活について学習できるようにするため、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。

長野県消費生活条例施行規則

(趣旨)

第1条 この規則は、長野県消費生活条例（平成20年長野県条例第28号。以下「条例」という。）の規定に基づき、条例の施行に関し必要な事項を定めるものとする。

(重大な危害を及ぼす商品等の公表の通知)

第2条 知事は、条例第12条の規定による公表をしたときは、事業者に対し、速やかに、その旨を通知するものとする。

(自主基準の届出)

第3条 条例第15条第2項の規定による届出は、自主基準届出書（様式第1号）に、当該届出に係る自主基準を添えてしなければならない。ただし、その届出が自主基準の廃止に係る場合は、当該自主基準を添付することを要しない。

(不当な取引行為)

第4条 条例第17条の規則で定める行為は、別表のとおりとする。

(消費者訴訟に係る支援)



第5条 条例第30条の規定による支援を受けようとする者は、訴訟支援申請書（様式第2号）を知事に提出しなければならない。

2 前項の支援は、消費者にあつては次に掲げる要件を、消費者契約法（平成12年法律第61号）第2条第4項に規定する適格消費者団体（以下「適格消費者団体」という。）にあつては第2号の要件を満たす場合に行うものとする。

(1) 県内に住所を有すること。

(2) 提起する訴訟に係る被害と同一又は同種の被害が県内において多発し、又は多発するおそれがあること。

3 第1項の支援は、次のとおりとする。ただし、適格消費者団体に対して行う支援は、第1号及び第2号に掲げる支援に限るものとする。

(1) 消費生活に関する消費者と事業者との間に生じた苦情に係る相談（以下「消費生活相談」という。）に関する情報で消費者契約法施行規則（平成19年内閣府令第17号）第31条第1項第1号に規定する全国消費生活情報ネットワーク・システムに蓄積されたもののうち、知事が独立行政法人国民生活センターに提供した情報に係る資料の提供

(2) 前号に定めるもののほか、知事が受けた消費生活相談に関する情報に係る資料の提供

(3) その他知事が必要と認める支援

4 知事は、第1項の申請書の提出があつた場合において、当該申請に相当の理由があると認めるときは、前項第1号又は第2号に規定する資料のうち必要と認められる範囲内の資料を提供するものとする。

5 知事は、第3項第1号又は第2号に掲げる支援を行うに際しては、当該消費生活相談

○熊本県消費生活条例

(昭和52年9月30日条例第51号)

改正 昭和56年9月21日条例第34号 平成7年10月2日条例第53号
 平成8年12月19日条例第62号 平成11年12月20日条例第57号
 平成17年9月30日条例第72号 平成20年3月6日条例第16号

熊本県民の消費生活の安定及び向上に関する条例をここに公布する。

熊本県消費生活条例

目次

- 第1章 総則(第1条—第10条)
 - 第2章 消費生活の安全、取引等の適正化に関する施策
 - 第1節 安全の確保(第11条—第14条)
 - 第2節 表示、規格等の適正化(第15条—第25条)
 - 第3節 不当な取引行為の禁止等(第26条—第29条)
 - 第3章 消費者啓発及び消費者教育の推進等(第30条—第32条)
 - 第4章 生活関連商品等に関する施策(第33条—第36条)
 - 第5章 資源及びエネルギーの有効利用を通じた環境への配慮等(第37条)
 - 第6章 多重債務問題改善の取組(第38条)
 - 第7章 消費者苦情の処理等(第39条—第46条)
 - 第8章 熊本県消費生活審議会(第47条)
 - 第9章 知事に対する申出(第48条)
 - 第10章 調査、公表等(第49条—第51条)
 - 第11章 雑則(第52条・第53条)
- 附則

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かんがみ、県民の消費生活における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支援その他の基本理念を定め、県、事業者及び消費者の責務等を明らかにするとともに、県の実施する施策について必要な事項を定めることにより、県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施策(以下「消費者施策」という。)の推進は、県、事業者及び消費者の相互の信頼を基調とし、県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) 商品等について、自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利
- (3) 消費生活に関し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) 消費生活において被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済される権利

(3) 1件当たりの被害額が規則で定める額以下のもの
(貸付金の返還等)

第45条 前条の規定により資金の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、当該貸付けに係る資金に相当する金額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、特に必要があると認めるときは、規則に定めるところにより、当該貸付けに係る資金の全部若しくは一部の返還を猶予し、又は免除することができる。

(適格消費者団体への支援)

第46条 県は、消費者契約法(平成12年法律第61号)第2条第4項の適格消費者団体に対し、消費者苦情の申出に関する情報の提供その他の必要な支援を行うことができる。

第8章 熊本県消費生活審議会

(熊本県消費生活審議会)

第47条 知事の諮問に応じ、消費生活の安定及び向上に関する重要な事項を審議させるため、熊本県消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

2 審議会は、委員15人以内で組織する。

3 委員は、次の各号に掲げる者のうちから、知事が任命する。

- (1) 学識経験のある者
- (2) 消費者を代表する者
- (3) 事業者を代表する者
- (4) 関係行政機関の職員

4 委員の任期は、2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。

5 委員は、再任されることができる。

6 第2項から前項までに定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

第9章 知事に対する申出

(知事に対する申出)

第48条 県民は、この条例の規定に違反する事業活動により、又はこの条例に基づく措置がとられていないことにより消費者の権利が侵され、又は侵されるおそれがあると認めるときは、知事に対し、その旨を申し出て、適当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ったときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づく措置その他適当な措置をとるものとする。

第10章 調査、公表等

(立入調査等)

第49条 知事は、第12条第1項、第24条第1項、第27条第1項、第35条又は第36条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、必要な資料の提出若しくは説明を求め、又はその職員に、事業者の事務所、事業所、倉庫その他事業を行う場所に立ち入り、帳簿又は書類(これらの作成又は保存に代えて電磁的記録(電子的方式、磁気的方式その他人の知覚によっては認識することができない方式で作られる記録であって、電子計算機による情報処理の用に供されるものをいう。))の

掲載日：2016年7月15日

消費生活相談概要

平成27年度神奈川県内における消費生活相談概要 (要約版)

平成27年度の神奈川県内における消費生活相談の概要は次のとおりです。

- 神奈川県及び県内市町村の相談総件数(苦情・問合せ)は、71,615件で前年度比0.9%増加
このうち苦情相談は、67,272件で前年度ほぼ同数の高水準
- インターネット、通信関連の苦情相談件数が前年度に引き続き増加
「デジタルコンテンツ」の苦情相談件数が1位。10.6%増加
 - ・ アダルトサイトをクリックしたら、高額な会費を請求される「ワンクリック請求」や、利用した覚えのない有料サイトの利用料を請求される「架空請求」に関する相談など
 - 「インターネット接続回線」の苦情相談件数は50.8%増。前年度(78.0%増)に引き続き大幅に増加
 - ・ インターネットのプロバイダや回線契約に際して、「今よりも月々の利用料金が安くなる」と勧誘されたが、実際には高くなっていったといった相談など
- 「高齢者」の苦情相談件数は、前年度と比べ2.7%減少するも、苦情相談総件数に占める割合は、苦情相談全体の4分の1以上(26.5%)で、県人口の65歳以上の割合(23.4%)を上回り、依然高水準

詳細は「平成27年度 神奈川県内における消費生活相談概要」本文[PDFファイル/2.19MB]をご覧ください。



- 県の消費生活相談等
- 平成27年度
- 平成26年度
- 平成25年度
- 平成24年度
- 平成23年度
- 平成22年度
- 平成21年度

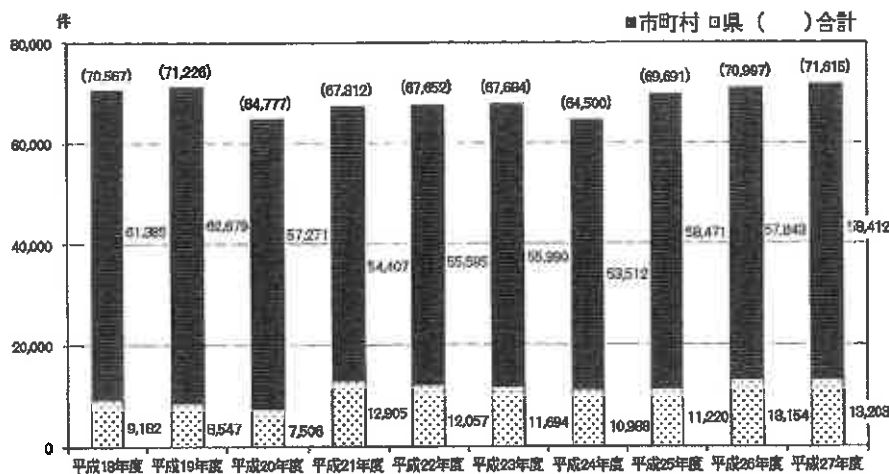
かながわ中央消費生活
相談センター
045-311-01

1 消費生活相談件数

神奈川県内の消費生活センター等で受け付けた相談総件数(苦情・問合せ)は、前年度と比べ618件(0.9%)増加しています。相談総件数のうち、苦情相談は、前年度とほぼ同数の高水準となっています。

	苦情	問合せ	相談総件数
平成27年度(A)	67,272	4,343	71,615
平成26年度(B)	67,278	3,718	70,997
増減(A-B)	△7	625	618
前年度比(A/B)	100.0%	116.8%	100.9%

【相談総件数の推移】



2 苦情相談の概要

(1) 苦情相談の内容

県の重点施策

ヘルスケア
ニューフロン
国際戦略特区

京浜臨海部
ライフイノベーション
国際戦略総合特区

ROBOT
スマート
未来都市

健康寿命100
を

KANA
SMART E
かながわスマートエ

「品目別」では「デジタルコンテンツ」に関する苦情相談が1位

◆ 1位は「デジタルコンテンツ」に関する相談 15,400件

○ 1位の「デジタルコンテンツ」は、前年度と比べ1,471件(10.6%)増加しており、苦情相談全体の22.9%を占めています。

○ スマートフォンのアダルトサイトの「年齢確認」をクリックしたら、いきなり登録となって、高額な料金を請求されたといった「ワンクリック請求」や、身に覚えのない有料動画サイトの閲覧履歴があり、本日中に連絡がない場合は法的手段を取るなどのメールを送りつけてくる「架空請求」に関する相談が多く寄せられています。

◆ 2位「不動産賃借」3,116件、3位「工事・建築」2,691件

○ 2位の「不動産賃借」は、賃貸アパートの退去時の原状回復や敷金清算に関する相談などがあります。

○ 3位の「工事・建築」は、訪問販売による屋根工事に係る相談が多く寄せられています。

◆ 増加の目立つ商品等 - 「インターネット接続回線」が50.8%増と大幅に増加

○ 苦情相談の多い上位15品目では、前年度と比べて特に増加率が高いのは5位「インターネット接続回線」の2,409件で、前年度(1,598件)と比べ50.8%増加しました。平成27年2月よりNTT東西から光回線サービスの卸売を受けた事業者が提供する光回線サービス(光卸)が開始された影響と考えられます。「今よりも月々の利用料金が安くなる」と勧誘されたが、実際には高くなっていたなどの相談が寄せられています。

○ 15位の「モバイルデータ通信」は658件で、前年度(464件)と比べ41.8%増加しました。「契約の際に、通信速度制限がないと説明を受けたのに、実際はデータの通信量が増えると速度制限がかかってしまう」などの相談が寄せられています。

○ また、7位の「健康食品」は1,272件で、前年度(932件)と比べ36.5%増加しました。「インターネットの広告でお試しとあったので注文したところ、定期購入契約になっていた」などの相談が寄せられています。

○ 一方、減少率が大きかったものは、前年度15位であった「公社債」で、76.8%減少しています。

【平成27年度 苦情相談の上位15品目<前年度比較>】

順位	品目	単位:件			
		平成27年度 [67,272] 相談件数(A) <small>全体の割合</small>	平成26年度 [67,278] 相談件数(B)	前年度比 [100.0%] (A)/(B)	
1	デジタルコンテンツ	15,400	22.9%	13,929	110.6%
2	不動産賃借	3,116	4.6%	3,026	103.0%
3	工事・建築	2,691	4.0%	2,701	99.6%
4	商品一般	2,488	3.7%	2,204	112.9%
5	インターネット接続回線	2,409	3.6%	1,598	150.8%
6	携帯電話サービス	1,583	2.4%	1,333	118.8%
7	健康食品	1,272	1.9%	932	136.5%
8	役務その他サービス ※1	1,256	1.9%	1,209	103.9%
9	フリーローン・サラ金	1,131	1.7%	1,324	85.4%
10	修理サービス	940	1.4%	878	107.1%
11	四輪自動車	802	1.2%	893	89.8%
12	新聞	704	1.0%	834	84.4%
13	相談その他 ※2	684	1.0%	675	101.3%
14	化粧品	662	1.0%	633	104.6%
15	モバイルデータ通信	658	1.0%	464	141.8%

<参考>

21	ファンド型投資商品	436	0.6%	637	68.4%
85	公社債	148	0.2%	638	23.2%

※1 役務その他サービス：公的機関等を装って、流出した個人情報等の削除を持ちかけるなどの相談

※2 相談その他：労働相談や経営相談など消費者問題以外の相談

(2) 苦情相談の年代別の概要

◆ 40歳代が1位、60歳代が2位

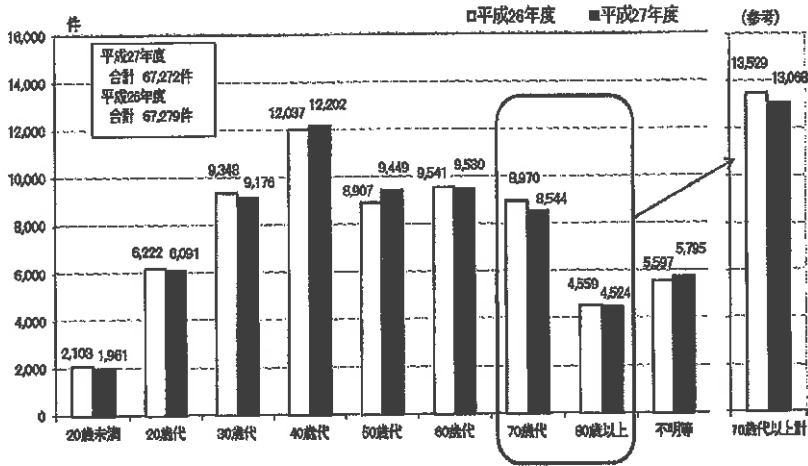
○ 契約当事者(※)を年代別にみると、最も件数の多いのは「40歳代」の12,202件(構成比18.1%)です。2位は「60歳代」の9,530件(14.2%)、3位は前年度5位の「50歳代」が9,449件(14.1%)と続きます。

○ なお、「70歳代」と「80歳以上」を合計した「70歳代以上」では、13,068件(19.4%)となり、「70歳代以上」が「40歳代」を上回っています。

○ 平成27年度は、「40歳代」と「50歳代」が前年度と比べ件数が増加し、それ以外の年代では減少しています。

※ 「契約当事者」には、実際に取引をした者のほか、事業者から勧誘や不当な請求を受けた者も含まれます。

【平成27年度 苦情相談の契約当事者年代別件数<前年度比較>】



苦情相談の契約当事者年代別件数及び構成比

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	不明等	合計	70歳代以上
件数	1,961	6,091	9,176	12,202	9,449	9,530	8,544	4,524	5,795	67,272	13,068
構成比	2.9%	9.1%	13.6%	18.1%	14.1%	14.2%	12.7%	6.7%	8.6%	100.0%	19.4%

3 特徴的な苦情相談

(1) 「高齢者」の苦情相談

※契約当事者が65歳以上を「高齢者」としました。

◆ 「高齢者」の苦情相談は前年度と比べ2.7%減少

○ 「高齢者」の苦情相談件数は17,813件で前年度(18,307件)と比べ494件(2.7%)減少し、年代別では、いずれの年代も前年度と比べ減少しています。「ファンド型投資商品」「公社債」などの金融商品に関する苦情相談の大幅な減少が影響しています。

○ しかしながら、苦情相談総件数に占める割合は、平成27年度は26.5%と、神奈川県の高齢以上の人口構成比(23.4%)を上回り、苦情相談全体の4分の1以上を占め、依然として高水準となっています(前年度は27.2%)。

【「高齢者」の苦情相談件数の推移】

単位:件

区分	平成25年度	平成26年度	平成27年度	前年度比
高齢者の苦情相談 件数(A)	18,083 (100.0%)	18,307 (100.0%)	17,813 (100.0%)	97.3%
65歳～69歳 (構成比)	4,323 (23.9%)	4,778 (26.1%)	4,745 (26.6%)	99.3%
70歳代 (構成比)	9,082 (50.2%)	8,970 (49.0%)	8,544 (48.0%)	95.3%
80歳以上 (構成比)	4,688 (25.9%)	4,559 (24.9%)	4,524 (25.4%)	99.2%
苦情相談総件数(B)	65,595	67,279	67,272	100.0%
苦情相談総件数に占める 高齢者の相談の割合(A)/B	27.6%	27.2%	26.5%	
神奈川県人口における 65歳以上の割合 ※	21.7%	22.5%	23.4%	

※ 神奈川県年齢別人口統計調査による(各年1月1日現在)

◆ 商品・役務別では「デジタルコンテンツ」と「健康食品」が増加

○ 商品・役務別に見ると、アダルトサイト接続に伴うワンクリック請求や身に覚えのないサイトの利用料に関する架空請求など「デジタルコンテンツ」に関する相談は、前年度と比べ26.7%増加しています。また、「健康食品」が前年度と比べ20.5%増加しています。「注文していない健康食品が送られてきた」などの相談が前年度は大幅減でしたが、再び寄せられているので注意が必要です。

【「高齢者」の商品・役務別の上位5項目】

単位:件

	商品・役務名	平成27年度	平成26年度	前年度比	主な品目と件数
1	デジタルコンテンツ	3,084	2,484	128.7%	①他のデジタルコンテンツ 1,763 ②アダルト情報サイト 1,332 ③出会い系サイト 81
2	工事・建築	1,246	1,218	102.3%	①墨塗り工事 382 ②塗装工事 107 ③衛生設備工事 185 ④増改築工事 158 ⑤工事・建築サービス 140
3	商品一般	947	818	115.8%	
4	インターネット接続回線	662	582	117.8%	
5	健康食品	528	434	120.5%	
参考	ファンド型投資商品	274	457	60.0%	
	公社債	117	508	23.1%	

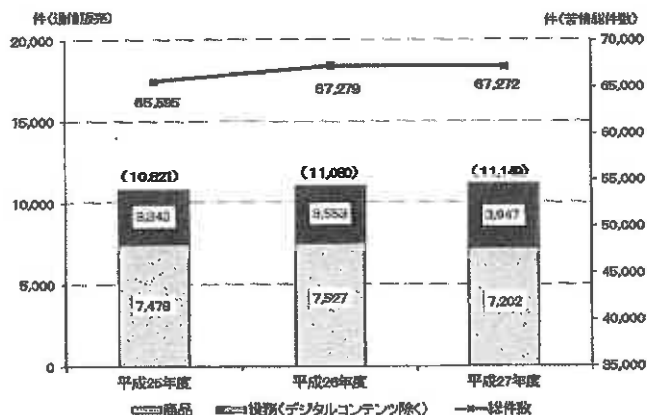
(2) 「通信販売」の苦情相談

※通信販売のうち、商品及び「デジタルコンテンツ」を除いた役務について分析しています。

◆ 「通信販売」の苦情相談は前年度と比べ増加

○ 「通信販売」の苦情相談件数は11,149件で、前年度(11,080件)と比べ69件(0.6%)増加し、苦情相談総件数全体に占める割合は16.6%となっています。

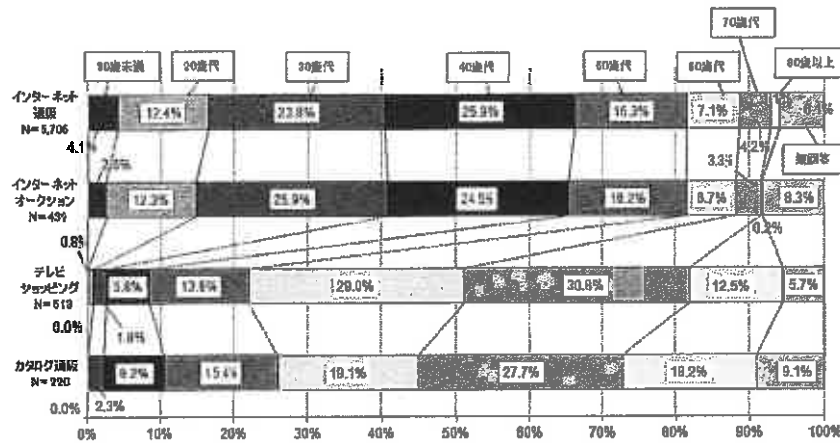
【「通信販売」の苦情相談件数の推移】



◆ 「インターネット通販」と「インターネットオークション」では、「40歳以下」が6割以上!

○ 契約当事者を年代別にみると、「インターネット通販」と「インターネットオークション」では、いずれも「40歳代以下」が6割以上を占めています。これに対して、「テレビショッピング」と「カタログ通販」では、いずれも「60歳代以上」が6割以上を占めています。

【「通信販売」の販売方法・手段別年代別の構成比】



「消費生活相談概要」は、国民生活センターの「全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET)」のデータベースを基に作成しています。

消費者の皆様へのアドバイス

「ワンクリック請求」や「架空請求」にあったときは

- アダルトサイトから高額な会費を請求される「ワンクリック請求」や、身に覚えがない情報サイトの利用料を請求される「架空請求」に関する相談が若者から高齢者まで幅広い年代から寄せられています。
- こうした請求がきてもあわてて業者に連絡したり、言われるままに支払わないようにしましょう。
- 少しでも不審と感じたサイトには、不用意にアクセスしないようにしましょう。

高齢者の皆様へ

- 電話勧誘販売や訪問販売を受けた際は、すぐに決めずに、家族やヘルパーなどの周囲の方に相談しましょう。内容がわからないままに契約をするのはトラブルの元です。
- 電話機の留守番電話機能や発信番号表示機能を活用して、知らない人からの電話には直接出ないようにすることは、消費者トラブルの防止に効果的です。

高齢者の方などを見守る皆様へ

- 高齢者の消費者トラブルを防ぐためには、家族やヘルパーなどの周囲の方の見守りと気付きが不可欠です。
- 「見慣れない商品や機器がある」「見知らぬ人が出入りしている」など、いつもと違う生活の変化に気付いた際は、本人に話しを聞きましょう。

おかしいな、困ったなと思ったら、消費生活センターに相談しましょう。

消費者ホットライン 局番なし 188(イヤヤ！)

身近な消費生活相談窓口につながります。

※ 消費生活課のホームページにある、「消費生活トラブル相談事例」のページをぜひご利用ください。
「消費生活トラブル相談事例 神奈川」で検索してください。

このページに関するお問い合わせ先

県民局 暮らし県民部 消費生活課
県民局 暮らし県民部 消費生活課へのお問い合わせフォーム
相談第二グループ

電話 045-312-1121 (代表) 内線2660-2661



Pdf形式のファイルをご覧いただく場合には、Adobe社が提供するAdobe Readerが必要です。Adobe Readerをお持ちでない方は、バナーのリンク先からダウンロードしてください。(無料)

神奈川県

このページの所管所属は [県民局](#) [くらし県民部](#) [消費生活課](#) です。

関連リンク



[平成27年度神奈川県内における消費生活相談概要\(要約版\)](#) 平成27年度

[ページの先頭へ戻る](#)

[くらし・安全・環境](#)

- [身近な生活](#)
- [生活と自然環境の保全と改善](#)
- [環境技術・廃棄物処理](#)
- [防災と安全](#)
- [人権と協働](#)

[健康・福祉・子育て](#)

- [心身の健康](#)
- [医療](#)
- [出産・子育て](#)
- [福祉](#)
- [介護・高齢者](#)

[教育・文化・スポーツ](#)

- [教育](#)
- [入試・進学](#)
- [教育の安全・安心](#)
- [社会教育・サイエンス・レクリエーション](#)
- [教養・文化施設](#)
- [文化・芸術](#)

[観光・名産](#)

- [観光・レジャー](#)
- [名産・特産](#)

[産業・働く](#)

- [業種別情報](#)
- [事業者支援・活性化](#)
- [労働・雇用](#)
- [入札・公共工事](#)

[電子県庁・](#)

- [オンライン行政](#)
- [県政情報](#)
- [情報公開・個人情報](#)
- [県域・県勢情報](#)
- [県土・まちづくり](#)
- [地方分権・自治](#)
- [財政・経理](#)
- [県有資産等の管理](#)
- [職員採用・給与](#)
- [県組織の運営](#)

[ご利用案内](#)

[サイトマップ](#)

[サイト](#)

〒231-8588 神奈川県横浜市中区日本大通1 045-210-1111 (代表)

[県庁へ](#)

© 1995 Kanagawa Prefectural Government.

資料 14

○東京都消費生活条例

平成六年一〇月六日
条例第一一〇号

東京都消費生活条例を公布する。

東京都消費生活条例

東京都生活物資等の危害の防止、表示等の事業行為の適正化及び消費者被害救済に関する条例(昭和五十年東京都条例第百二号)の全部を改正する。

目次

前文

第一章 総則(第一条—第八条)

第二章 危害の防止(第九条—第十四条)

第三章 表示、包装及び計量の適正化(第十五条—第二十条)

第四章 不適正な事業行為の是正等

第一節 価格に関する不適正な事業行為の是正(第二十一条—第二十四条)

第二節 不適正な取引行為の防止(第二十五条—第二十七条)

第五章 消費者の被害の救済(第二十八条—第三十八条)

第六章 情報の提供の推進(第三十九条・第四十条)

第七章 消費者教育の推進(第四十一条—第四十二条)

第八章 消費生活に関する施策の総合的な推進(第四十三条・第四十四条)

第九章 東京都消費生活対策審議会(第四十五条)

第十章 調査、勧告、公表等(第四十六条—第五十一条)

第十一章 雑則(第五十二条・第五十三条)

第十二章 罰則(第五十四条・第五十五条)

附則

古来、人は、物を生産し、消費することによって、生存を維持し、生活を営んできた。

しかし、経済社会の進展は、消費生活に便利さや快適さをもたらす一方で、消費者と事業者との間に情報力、交渉力等の構造的な格差を生み出し、消費者の安全や利益を損なうさまざまな問題を発生させてきている。とりわけ、大消費地であり経済社会のグローバル化が進展している東京における消費者問題は、極めて複雑、多様であり、常に変容を続けている。

健康で安全かつ豊かな生活は、都民のすべてが希求するところである。その基盤となる消費生活に関し、事業者、消費者及び行政は、自ら又は連携して、自由・公正かつ環境への負荷の少ない経済社会の発展を促進しつつ、消費者の利益の擁護及び増進に努めていくことが強く求められている。

東京都は、消費者と事業者とは本来対等の立場に立つものであるとの視点から、事業活動の適正化を一層推進するとともに、消費者の自立性を高めるための支援を進めるなど、都民の意見の反映を図りつつ、総合的な施策の充実に努めるものである。

このため、都民の消費生活における消費者の権利を具体的に掲げ、その確立に向けて、実効性ある方策を講ずることを宣明する。この権利は、東京都はもとより都民の不断の努力によって、その確立を図ることが必要である。

事業者は、事業活動に当たって、消費者の権利を尊重し、消費生活に係る東京都の施策に協力する責務を有するものであり、また、消費者は、自らの消費生活において主体的に行動し、その消費行動が市場に与える影響を自覚して、社会の一員としての役割を果たすことが求められる。

このような認識の下に、健康で安全かつ豊かな生活を子孫に引き継ぐことを目指し、都民の消費生活の安定と向上のために、この条例を制定する。

(平一四条例四〇・一部改正)

第一章 総則

(目的)

第一条 この条例は、都民の消費生活に関し、東京都(以下「都」という。)が実施する施策について必要な事項を定め、都民の自主的な努力と相まって、次に掲げる消費者の権利(以下「消費者の権利」という。)を確立し、もって都民の消費生活の安定と向上を図ることを目的とする。

- 一 消費生活において、商品又はサービスによって、生命及び健康を侵されない権利
- 二 消費生活において、商品又はサービスを適切に選択し、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
- 三 消費生活において、商品又はサービスについて、不当な取引条件を強制されず、不適正な取引行為を行わせない権利
- 四 消費生活において、事業者によって不当に受けた被害から、公正かつ速やかに救済される権利
- 五 消費生活を営むために必要な情報を速やかに提供される権利

事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

- 四 消費者を威迫して困惑させ、又は迷惑を覚えさせるような方法で、若しくは消費者を心理的に不安な状態若しくは正常な判断ができない状態に陥らせ、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- 五 取引における信義誠実の原則に反し、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。
- 六 消費者又はその関係人を欺き、威迫して困惑させる等不当な手段を用いて、消費者又はその関係人に契約(契約の成立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迫り、又は当該債務の履行をさせること。
- 七 契約若しくは法律の規定に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対し、適切な処理をせず、履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させ、又は継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。
- 八 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張に際し、これらを妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行を不当に拒否し、又はいたずらに遅延させること。
- 九 商品若しくはサービスに係る取引を行う事業者又はその取次店等実質的な取引行為を行う者からの商品又はサービスに係る取引を条件又は原因として信用の供与をする契約若しく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が明白であるにもかかわらず、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こと。

2 事業者は、消費者と取引を行うに当たり、前項の規定により定められた不適正な取引行為を行ってはならない。

(平一四条例四〇・平一八条例一五五・平二七条例二二・一部改正)

(重大不適正取引行為)

第二十五条の二 知事は、前条第一項に規定する行為における、次のいずれかに該当する行為を重大不適正取引行為とする。

- 一 契約の締結について勧誘をするに際し、又は契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、商品の性能その他契約における重要な事項として規則に定めるものにつき、不実のことを告げること。
- 二 契約の締結について勧誘をするに際し、商品の取引価格その他契約における重要な事項として規則に定めるものにつき、故意に事実を告げないこと。
- 三 契約を締結させ、又は契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、消費者を威迫して困惑させること。

(平一八条例一五五・追加、平二七条例二二・一部改正)

(不適正な取引行為に関する調査)

第二十六条 知事は、第二十五条第一項に定める不適正な取引行為が行われている疑いがあると認めるときは、その取引の仕組み、実態等につき必要な調査を行うものとする。

(平一八条例一五五・一部改正)

(不適正な取引行為に関する情報提供)

第二十七条 知事は、不適正な取引行為による被害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、前条の規定による調査の経過及び結果を明らかにするものとする。

第五章 消費者の被害の救済

(被害の救済のための助言、調査等)

第二十八条 知事は、消費者から事業者の事業活動により消費生活上の被害を受けた旨の申出があったときは、当該被害からの速やかな救済のために必要な助言、仲介によるあっせんその他の措置を講ずるものとする。

2 知事は、前項の措置を講ずるため必要があると認めるときは、当該被害に係る事業者その他の関係人に対し、資料の提出、報告又は説明の要求その他必要な調査を行うことができる。

(平一四条例四〇・一部改正)

(東京都消費者被害救済委員会)

第二十九条 前条第一項に規定する申出並びに区市町村及び消費者の利益の擁護を図るための活動を行う法人その他の団体であって知事が別に定めるものの依頼に係る事件のうち、都民の消費生活に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争について、その公正かつ速やかな解決を図るため、あっせん、調停等を行う知事の附属機関として、東京都消費者被害救済委員会(以下「委員会」という。)を置く。