

京都市消費生活審議会令和4年度第1回消費者苦情処理部会 摘録

1 開催概要

- (1) 日 時 令和4年8月26日（金）午後2時～午後4時45分
- (2) 場 所 男女共同参画センターウイングス京都2階 セミナー室B
- (3) 出席者 ○ 消費者苦情処理部会6名（五十音順）
高田 敏司 委員、中川 典子 委員、中村 洋子 委員、野々山 宏 委員、
吉政 知広 部会長、渡邊 孝子 委員
消費生活審議会1名 佐久間 毅 会長
● 京都市 津嶋くらし安全推進部長、喜多村消費生活総合センター長 ほか

2 傍聴者

2名

3 議事内容

- (1) 今後のスケジュールについて
- (2) 京都市消費生活条例及び同施行規則の見直しに当たっての意見聴取

議事

●事務局

定刻になったので、ただ今から、令和4年度京都市消費生活審議会第1回消費者苦情処理部会の開会をお願いする。部会の委員定数6名のうち、現在5名の方に出席いただいている。過半数を超えているので、本会議が有効に成立していることを確認させていただく。審議に入る前に、文化市民局くらし安全推進部長から挨拶を申し上げる。

（くらし安全推進部長 挨拶）

続いて、部会長から一言御挨拶いただくこととする。

（消費者苦情処理部会長 挨拶）

●事務局

それでは、ここで資料の確認をさせていただく。事前に送付させていただいているものとして、まず資料1「今後のスケジュール」、資料2「消費者法の主な改正内容」、資料3「改正消費者法と京都市消費生活条例及び同条例施行規則との対比表」、参考資料1「○京都市消費生活条例」、参考資料2「○京都市消費生活条例施行規則」となっている。また、本日、「座席表」と「委員名簿」を新たにお配りしている。

本日は、京都市消費生活審議会運営要綱の規定に基づき、消費者苦情処理部会に属さない委員にも出席いただく予定をしているが、今現在、まだお見えになっていない。ただ、議事はこのまま進行していただくようお願いする。

本日の会議は全て公開で行う。議事の内容は録音し、摘録を作成のうえ公表する。したがって、発言

される方は、挙手し、部会長の指名があった後、必ずマイクを使用して発言していただくようお願いする。また、新型コロナウイルス感染症の感染防止対策として、発言者が交代される際に、事務局でマイクを消毒するので、発言された方は、その都度、事務局にマイクを渡していただくようお願いする。

○野々山委員

消費者教育推進部会に所属する宇治田委員が出席される根拠として、京都市消費生活審議会運営要綱の規定に基づくとの発言があったが、京都市消費生活審議会運営要綱とは何か。

●事務局

消費生活審議会については、まず消費生活条例で設置が定められており、審議会の運営その他細部については条例施行規則を設けているが、条例施行規則で定められていないことは、審議会会長が定める旨が条例施行規則で規定されている。そして、会長が定めることは、運営要綱という形で定められており、その中で、「部会長は、調査及び審議を行うために必要があると認めるときは、当該部会を構成しない委員の出席を求め、その意見を聴き又は報告若しくは資料の提出を求めることができる」旨が規定されている。

○部会長

それでは、次第に沿って議事を進める。まず、議事1「今後のスケジュール」について、事務局から説明願う。

●事務局

資料1 「今後のスケジュール」について説明する。

「京都市消費生活条例施行規則等の見直しの検討」については、本年1月25日開催の審議会全体会議で議論いただき、消費者苦情処理部会で引き続き議論し、更に意見を頂戴する旨、決定いただいたところである。そこで、本日、消費者苦情処理部会の第1回目の会議を開催していただくこととなった次第である。

部会で議論いただき、意見を頂戴したい内容は、「京都市消費生活条例及び同施行規則の見直しについて」と「訪問販売お断りシール等の取扱いについて」の2点であり、このうち、本日の会議では「京都市消費生活条例及び同施行規則の見直しについて」意見を頂戴したいと考えている。

また、9月には第2回目の会議を開催していただき、「訪問販売お断りシール等の取扱いについて」意見を頂戴できればと考えている。

そして、10月には、第1回目の会議と第2回目の会議で出た意見の取りまとめと11月に開催予定の審議会全体会議への報告内容について議論いただきたいと考えている。

説明は以上である。

○部会長

この部会の運営について簡単に説明させていただく。本年1月に開催された京都市消費生活審議会全体会議で、国の法改正に基づく京都市の条例及び条例施行規則の改正等を検討することや訪問販売お断りステッカーの取扱いについて、消費者苦情処理部会に審議を委ねること、そして、審議に当たって

は、消費者団体だけでなく、事業者や事業者団体の意見も十分聴取することが決定されている。このことを踏まえ、本日の会議では、その他の部会の構成員である事業者団体に属する委員1名の出席をお願いしているところである。また、9月に予定している第2回の会議では、本日と同様、その他の部会の構成員である事業者団体に所属する委員1名の出席をお願いするとともに、訪問販売等を行っている事業者が所属する団体にも意見陳述の機会を与えたいと考えている。

京都市消費生活条例第43条で、条例及び同条例施行規則の改正を検討するに当たっては、あらかじめ審議会の意見を聴かなければならない旨を規定している。そこで、本部会では、委員の皆様から多様な意見を聴取し、頂いた意見については、これを類型化し、11月に開催予定の審議会全体会議に漏れなく報告していきたいと考えている。したがって、本部会では、決を採るということは考えていない。

本日、事業者団体に所属する委員にも出席をお願いしているが、時間の都合もあるので、まずは消費者苦情処理部会に属する委員の皆様から優先的に意見を頂戴し、事業者団体に所属する委員の方には、適宜、私から発言を求めるという形で進めさせていただく。

○野々山委員

部会では決を採らないと言うが、審議会全体会議としては、意見をまとめて市に考えを表明することになるのか。先ほどの説明では、部会では、委員個人として意見を述べて、それを羅列して、取りまとめて全体会議に報告するとのことだったと思うが、それは全体会議でもそのような取扱いになるのか。

○部会長

まず、この部会については、「こういった意見が出された、それに対し、少数意見としてこのような意見があった。」という形で全体会議に報告していきたいと考えている。

○会長

審議会では、従来、コンセンサス方式（全会一致方式）を採ってきており、コンセンサスが得られたならば、その旨を市長に報告することとなる。ただ、コンセンサスと言っても様々な在り方があって、例えば、ある項目について、「このようにすべきである。」というコンセンサスもあれば、「この点に留意しながら、この方向で検討することが望ましい。」など、様々なコンセンサスがある。

どこかでコンセンサスが得られるような議事の進め方を目指し、コンセンサスが得られたならば、そのことを市にお伝えする。どうしても意見が分かれるということになれば、今回は、諮問に対する答申ではなく、市が条例等の改正を検討するに当たって、審議会として意見を述べるだけであり、常に主要な意見の優劣を付けられるわけではないので、それらをそのまま市に伝え、「こうした意見の対立がある中で、市として考えていただくことが望ましい。」という伝え方をする。こういった方向での議事の進め方を予定している。

まずはコンセンサスがどのレベルで得られるか、それを目指して議論するが、それが、A案かB案かとなった場合、A案でもB案でもないその折衷的な意見になるかもしれないし、そのような意見なら出さない方がよいといった意見があるならば、一本化すべきではないということになる。

反対意見があるにもかかわらず決を採って全体会議に上げていくというよりは、できるだけコンセンサスが得られるような意見の上げ方をしていく方が望ましいと思う。

○野々山委員

コンセンサスを得ることを目的として、様々な意見があったとしても、コンセンサスが得られた項目はその旨を報告し、意見が対立するものは多数か少数かを報告していくという理解でよいのか。

○会長

非常に多岐にわたる項目について検討されることになっており、例えば、第1の項目について、「全員一致でそのようにすべきである。」ということであれば、その旨を市に伝えるし、第2の項目について、意見が分かれた場合、両論併記で市に伝えることとなる。第3の項目については、規則を改正すべきであることについてはコンセンサスが得られたけれども、改正の内容について意見が分かれている場合は、そのままを市に伝えることになる。第4の項目について、「改正すべきでない。」ということであれば、その旨を市に報告することとなる。

ただ、例えば、お一人が反対されていた場合でも、その方が「私自身は賛成しかねるが、審議会から意見として出すことには反対しない。」ということであれば、それはコンセンサスが得られたということになる。よって、この部会で意見がまとまる所はその旨を、まとまらない所は、どこでまとまらないのかを審議会全体会議に報告してもらえればと思っている。

その後、審議会全体会議でもう一度議論して調整するということになるかと思う。

○部会長

それでは、2つ目の議事に移る。事務局から説明願う。

●事務局

次に資料2「消費者法の主な改正内容」を御覧願う。「消費者契約法」と「特定商取引法」の、主に平成28年と平成30年の改正内容を一覧にしたものである。

そして、資料3「改正消費者法と京都市消費生活条例及び同条例施行規則との対比表」では、資料2で示した、消費者法の具体的な改正内容と改正内容に対応するであろう、京都市の条例及び規則を掲載している。

ここで、消費者契約法と特定商取引法、さらには京都市消費生活条例及び同施行規則の関係について、改めて説明させていただく。

まず、消費者契約法について、消費者契約法とは、簡単に言えば、消費者が事業者と契約をする際の消費者の利益を守るための民事ルールを定めた法律である。

また、特定商取引法とは、「クーリング・オフ」等の民事ルールを定めているほか、事業者による不当な勧誘行為などを、行政が取り締まることにより、取引の公正を確保するために設けられた法律である。

ただし、特定商取引法に基づき、事業者に対して行政処分を行う権限は、京都市にはない。

それでは、京都市は、事業者に対して行政処分を全く行うことができないのかという点だが、ここで、お手元の参考資料1と参考資料2を御覧願う。

参考資料1では京都市消費生活条例、参考資料2では条例施行規則のそれぞれ全条文を掲載している。

まず、参考資料1の7ページ、条例第20条で、不適正な取引行為の防止として、事業者は、消費者

に商品等を販売し、又は提供する契約及び信用を供与する契約その他の契約に関し、次の各号のいずれかに該当する行為であって別に定めるもの、すなわち「不適正な取引行為」を行ってはならないとされている。

そして、この「不適正な取引行為」として「別に定めるもの」については、[参考資料2](#) 条例施行規則の1ページ、第2条で「条例第20条に規定する別に定める行為は、別表のとおりとする。」とあり、さらに、この別表は[参考資料2](#)の6ページ以下で定めている。

[参考資料1](#) 京都市消費生活条例の10ページ、11ページを御覧願う。事業者がこれらの不適正な取引行為を行った場合、京都市は、一定の行政処分をすることができる。

まず、第34条の規定に基づき、事業者に対し、必要な措置を講じるよう「指導」することができる。

そして、事業者が採った措置が不十分である場合は、第35条の規定に基づき、措置を的確に講じるよう「勧告」することができる。

さらに、事業者が、「勧告」に従わないときは、勧告に従わないことや勧告の内容を「公表」することができる。

よって、本日は、消費者契約法や特定商取引法といった法の改正により新たに設けられた内容などが、現在の京都市の条例や規則で定めている「不適正な取引行為」でカバーできているのか否か、仮にカバーできていないとして、新たに「不適正な取引行為」として京都市による規制の対象とすることが妥当なのか否かについて、意見を頂戴したいと考えている。

それでは、具体的にどのような法改正が行われたのか、[資料3](#)により説明する。

まず、消費者契約法の改正について、1ページ「不利益事実の不告知」。「内容」の所を御覧願う。消費者が不利益となる事実を、事業者が故意又は重過失により告げなかったことにより、消費者が誤認して締結した契約を消費者は取り消すことができるというものである。

「内容」の下に該当する条文を記載している。赤い下線が引かれた所が改正箇所である。

従来、取り消すことができたのは、「故意」に告げなかった場合だけであったのが、「重大な過失」により告げなかった場合も取り消すことができることとなった。

京都市の条例・条例施行規則では、この点どのように規定されているかについては、右側を御覧願いたい。「不適正な取引行為」として、「条例第20条第1号 ウ 商品等に関する情報で消費者にとって不利益となるものその他の重要な情報について、消費者に故意に提供しないこと」と定め、「重大な過失」は含んでいない。

なお、1ページの左側「該当条文」の所に、参考として特定商取引法第6条第2項を記載している。特定商取引法では、「故意」だけを要件にしている。このように、消費者と事業者間の民事ルールを定めた消費者契約法と事業者を規制するための法律である特定商取引法では、適用要件が異なっている点についても留意いただきたい。

次に、2ページから7ページまでは、第4条第3項の改正内容についてである。

まず2ページ「不安をあおる告知」、これは、社会生活上の経験が乏しく、社会生活上の重要な事項等に対する願望の実現に過大な不安を抱く消費者が、不安をあおられ、自由な判断ができない状況に陥らせた状態でした契約については取り消すことができるというものである。

例えば、「就職活動中の大学生に、就職できるか否か不安にしていることを知りながら、あなたは一生成功しないと告げて、60万円の就職セミナーへの参加を勧誘した。」あるいは、「幼児用教材の販売

業者が、母親に、あなたの子は想像力が足りない。学校の授業に付いて行けなくなるかもしれないと母親の不安をあおり、幼児用教材の購入勧誘を行う。」などがこれに当たる。

京都市の規則では、「(1) ナ 心理的不安の惹起」と「(1) ノ 不適格者への無配慮」を不適正な取引行為として挙げている。

次に、3ページ「恋愛感情等に乗じた人間関係の濫用」、これは、消費者が契約の勧誘を行う者に対して抱く恋愛感情その他の好意の感情を利用して締結した契約は取り消すことができるというものである。

例えば、「消費者に、勧誘者に対する恋愛感情を抱かせたうえで、それを利用し、契約してくれないと、今までのようにお付き合いできないなどと言って、高額な宝石を売りつけた。」あるいは、「尊敬するサークルの先輩から、簡単にもうかる投資システムがあるという話を持ち掛けられ、その投資をするためには、DVDを購入する必要があると勧誘され、DVDを買ってくれないなら、今までのように親しくできないと言われ、DVDを購入した。」などがこれに当たる。

京都市の規則では、「(1) ソ 恋愛感情の利用」と「(1) チ 心理的負担の押しつけ」を不適正な取引行為として挙げている。

次に4ページ「加齢等による判断力の低下の不当な利用」、これは、加齢や心身の故障による判断力の低下に付け込み、生計や健康などの維持についての不安をあおり、契約を締結しなければ現状の維持が困難と告げて締結した契約は取り消すことができるというものである。

例えば、「物忘れが激しくなるなど、加齢により判断力が低下した消費者の不安を知りつつ、投資用マンションを持っていなければ、定期収入がないため、今のような水準で生活を営むことは困難であると告げ、高額なマンションを購入させる。」などがこれに当たる。

京都市の規則では、「(1) ネ 判断力の不足への無配慮」と「(1) ノ 不適格者への無配慮」を不適正な取引行為として挙げている。

次に、5ページ「靈感等による知見を用いた告知」、これは、靈感等、合理的に実証することが困難な特別な能力により、このままでは重大な事態が生じるなどと不安をあおり、契約を締結すれば、確実に事態が回避できると告げて締結した契約は取り消すことができるというものである。

例えば、「私は霊能力者であり、あなたの霊が見える。あなたには悪霊がとりついており、このままでは重大な病気になる。壺を買えば悪霊が取り除けると言われ、壺代として100万円を支払った。」などがこれに当たる。

京都市の規則では、「(1) ナ 心理的不安の惹起」を不適正な取引行為として挙げている。

次に、6ページと7ページは、いずれも「契約締結前に債務の内容を実施等」であり、事業者が契約により負う義務を消費者と契約を締結する前に実施し、原状回復を困難にした場合、消費者は契約を締結したとしても取り消すことができるというものである。

これについては、6ページでは第7号について、7ページでは第8号についてそれぞれ記載している。

ここで、資料の訂正とお詫びを申し上げる。

まず、6ページの右側「条例・条例施行規則別表（第2条関係）の規定」の所、「規則別表（第2条関係）(3)キ」で、(3)として、「条例第20条第1号に該当する行為にあつては、」と書いているが、正しくは「条例第20条第3号に該当する行為にあつては、」となる。

また、7ページについても、右側の「条例・条例施行規則別表（第2条関係）の規定」の所、「規則

別表（第2条関係）（1）チ（3）カ」として、以下に（1）と（3）を記載しているが、うち下側の（3）として、「条例第20条第1号に該当する行為にあつては、」と書いているが、正しくは「条例第20条第3号に該当する行為にあつては、」となる。

お詫び申し上げるとともに、資料の訂正をお願いする。

説明を続けさせていただく。まず、6ページについて。例えば、『さお竹屋』が自宅のそばに来たので、話をしたところ、契約をする前に、『さお竹屋』が庭の物干し台の位置を見ながら、メジャーで測定し、それに合わせて、勝手にさお竹を必要な寸法に切って代金を請求してきた。既にさお竹は切られてしまっているため断ることができず、代金を支払った。」あるいは、「ガソリンを入れようとしてガソリンスタンドに立ち寄ったところ、店員が、無料点検を実施していますと言いながら、勝手にボンネットを開けてエンジンオイルを交換してしまった。断ることもできず、エンジンオイルの費用を支払ってしまった。」などがこれに当たる。

京都市の規則では、「（3）キ 商品等の一方的提供による支払の請求」を不適正な取引行為として挙げている。

また、7ページについては、例えば、「廃品回収業者が、消費者の求めに応じ、マンション4階の自宅まで上がってきた。高額だったので断ると、わざわざ上の階まで来ているので、このままでは帰れない。4階まで上がった分の手間賃を支払えと言われ、契約してしまった。」あるいは、「保険の見直しのため、近所のファミレスで保険の外交員と3回会って、いずれも食事をしながら説明を受け、食事代は、いずれも保険の外交員が支払った。4回目の面会時に契約を断ると。契約をしないなら、これまでの飲食代を支払えと言われた。」などがこれに当たる。

この法律の定めに対応すると思われる京都市の規則として、ここでは、「（1）チ 心理的負担の押しつけ」と「（3）カ 不当な心理的操作等」を挙げている。

いずれも、消費者を困惑させ、心理的負担を負わせるという点に着目したものである。

なお、資料左下の第8号の規定を御覧願う。第8号の最後の2行、「当該事業活動の実施により生じた損失の補償を請求する旨を告げる」とある。この点に着目すると、[参考資料2](#)の12ページを御覧いただきたいと思う。「（5）のク」として、「解除等により生じた損害の不当な請求（消費者の解除等の意思表示に対し、解除等により生じた損害を不当に主張して、損害賠償金の支払その他の負担を強要することをいう。）」を挙げている。なお、この場合、「解除等」とは、「契約の解除、申込みの撤回その他の行為」をいう。資料には記載していないが、「損失の補償」という点に着目すると、この「（5）のク」も該当するのではないか。

次に8ページ「過量な内容の契約」、これは、事業者が、消費者にとって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、その勧誘により、消費者が締結した契約について、消費者は取り消すことができるというものである。

例えば、「腰痛の持病があり、全身運動はできないことを伝えていたにもかかわらず、巧妙なセールストークにより、全身運動用の健康器具10台の購入を進められ、そのしつこさに押し切られ、うまく断れずに健康器具10台を購入してしまった。」あるいは、「高齢者に、賞味期限が1年の健康食品を1年分販売した。その翌日に再び店舗を訪れた当該高齢者が認知症を患っていることに店員が気づき、更に1年分の健康食品の購入を勧め、契約した。」などがこれに当たる。

京都市の規則では、「（1）ヌ 次々契約」と「（2）キ 過量販売等」を不適正な取引行為として挙げている。

次に、9ページ「重要事項の範囲」、これは、契約の取消事由となる、事業者の不実告知等の対象となる「重要事項」として、契約の目的物が、消費者の生命、身体、財産等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など、「重要事項」の範囲が拡大された。

京都市の規則では、「(1) エ 商品の内容等の重要事項の虚偽告知」において、商品等の内容又は取引の内容、条件若しくは仕組みに関する重要な事項、また、「(1) カ 商品の内容等の不利益事実の不告知」において、商品の内容等に関する重要な事項といった表現が使われた箇所がある。

次に、10ページ「事業者が自分の責任を自ら決める条項」、これは、消費者に対する事業者の賠償責任の有無の決定権を事業者に委ねる条項を無効とするものである。

例えば、「いかなる理由があっても、事業者は一切賠償責任を負わない。」とか、「事業者の責めに帰すべき事由があっても、一切賠償責任を負わない。」といった文言を契約書に記載することなどがこれに当たる。

京都市の規則では、この項目に対応する記載はない。

次に、11ページ「消費者の解除権を放棄させる条項等」、これは、消費者が契約の解除を求める権利を放棄させ、又は、事業者が消費者の解除権の有無を決定する権限を付与する契約条項を無効とするものである。

例えば、「進学塾の受講契約において、いかなる場合でも契約後のキャンセルは受け付けられませんとする条項を記載した契約を締結させること」などがこれに当たる。

こちらの項目も、京都市の規則では、対応する記載はない。

次に、12ページ「消費者の後見等を理由とする解除条項」、これは、消費者が、後見開始の審判を受けたことのみを理由として、事業者が契約の解除権を付与する契約の条項を無効とするものである。

例えば、アパートの賃貸借契約において、賃借人が成年被後見人や補佐人の宣言や申立てを受けたときは、賃貸人は直ちに契約を解除することができることを契約書に記載している場合などがこれに当たる。

こちらの項目も、京都市の条例・規則では、対応する記載はない。

次に、13ページ「消費者の利益を一方向的に害する条項」、これは、信義則に反する契約条項を無効とするものである。

該当条文として第10条を挙げているので、そちらを御覧願う。この条文は改正前からあったが、今回の改正で、消費者の不作為をもって意思表示をしたものとみなす条項が信義則に反する契約条項として例示されることとなった。

京都市の規則では、「(2) ス 消費者公序違反」を不適正な取引行為として挙げており、その内容としては、消費者契約法第10条の規定により無効となる内容をいうとしている。

以上が、消費者契約法の主な改正内容であり、次に、特定商取引法について説明する。

14ページ「電話勧誘販売における過量販売規制」、これは、消費者にとって通常の分量を著しく超えるものであることを知りながら締結した売買契約等について、行政は事業者に対し、必要な措置を指示することができるとするものである。

先ほど、8ページの所で説明した、消費者契約法の改正で取消事由とされた「過量な内容の契約」のうち、電話勧誘販売に係るものについては特定商取引法で行政規制の対象とされた。

京都市の規則では、消費者契約法の改正内容と同様、「(1) ヌ 次々契約」と「(2) キ 過量販売等」を不適正な取引行為として挙げている。

次に、15ページ「通信販売におけるファクシミリ広告への規制」、これは、ファクシミリ広告を請求等していない消費者に対してファクシミリ広告の提供を禁止するものである。

例えば、「送信拒否の意思表示をされても、毎日のようにファクシミリで広告を送り、マンションの購入を執ように勧める。」あるいは、「通信販売により商品を購入した消費者に対し、拒否しているにもかかわらず、自動的にファクシミリ広告を送信し、商品の購入を執ように勧める。」などがこれに当たる。

京都市の規則では、この項目に対応する記載はない。

次に、16ページ「訪問販売における禁止行為」、これは、訪問販売に関する行為で、訪問販売取引の公正や購入者等の利益を害するおそれがある勧誘行為を行った事業者に対し、行政が必要な措置を指示することができるとするものである。

例えば、「アルバイトで不定期の収入しかない学生が、お金がないと断ると、消費者金融から金を借りることを執ように勧め、貴金属の購入契約を締結させる。」あるいは、「お金がないと断っているにもかかわらず、クレジットで分割払にできるから大丈夫と言って、執ように美容器具の購入を勧める。」などがこれに当たる。

京都市の規則では、「(2) サ 重要事項の虚偽表示」と「(3) エ 資金調達の強要等」を不適正な取引行為として挙げている。

次に、17ページ「訪問購入に関する不招請勧誘の禁止」、これは、訪問購入に関して、第1項で勧誘の要請をしていない消費者に対して勧誘をすること、第2項で勧誘を受ける意思の確認をしないで勧誘をすること、第3項で契約を締結しない意思を表示した消費者に対して勧誘することを、それぞれ禁止するものである。

例えば、「購入業者が、勧誘を要請していない消費者宅に訪問し、金品その他の物品の買取りの勧誘を行う。」あるいは、「消費者から、不要な食器を売りたいので、契約について話を聴きたいと、勧誘の要請を受けて訪問した購入業者が、食器以外でも、要らない指輪があれば、売ってくれないかと、他の物品についても勧誘する。」などがこれに当たる。

京都市の規則では、「(1) ハ 意思確認のない勧誘」と「(1) ヒ 拒絶後の勧誘」を不適正な取引行為として挙げており、第58条の6第2項については「(1) ハ」で、第3項については「(1) ヒ」でカバーできているのではないかと考えているが、第1項に対応する規則の定めはない。

次に、18ページ「通信販売に関する承諾なしの電子メール広告の提供の禁止」、これは、電子メール広告を承諾していない消費者に対して、電子メール広告の提供を禁止するものである。

例えば、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ことなどがこれに当たる。

京都市の規則では、この項目に対応する記載はない。

以上で、消費者契約法と特定商取引法の改正内容等についての説明を終わらせていただく。

○部会長

これからの質疑応答に際しては、**資料3**の順に従って、幾つかの項目、具体的には8つの項目に分けて意見を伺っていきたい。

まず、資料の1ページ、消費者契約法第4条第2項「不利益事実の不告知」について意見を頂きたい。

○中川委員

京都市が、条例の規定に基づき、事業者に対して必要な措置を講じるよう指導することができるとの説明があったが、この場合の「必要な措置」とは何か。

●事務局

まず、**参考資料1**の10ページを御覧いただきたい。事業者が、条例第20条及び規則の別表に記載の「不適正な取引行為」を行った場合、条例第34条で、市長は事業者に対し、消費者権を保護するための措置その他の必要な措置を講じるよう「指導」することができる旨を規定している。次の第35条では、市が行った指導に基づき事業者が採った措置が不十分であると認めるときは、相当の期間を定めて、措置を的確に講じるよう「勧告」することができる旨を規定している。さらに、同条第2項では、事業者が勧告に従わない場合は、その旨及び勧告の内容を「公表」することができる旨を規定している。以上のことが、京都市長としてできるということである。

○中川委員

「必要な措置」というのは、だまされて金銭を詐取された場合などに、金銭を返還するよう指導するといったことなのか。

●事務局

行政規制なので、あくまでも条例・規則で規定している内容を遵守するよう求めることになる。民事的に詐取された金銭を戻すことを求めるといったことではない。その点は、消費生活相談で対応している。

○野々山委員

この条例の役割は3つあると思っている。1つは行政指導の根拠であり、2つ目は消費生活相談の際の武器になること、3つ目は事業者に対する抑止力、コンプライアンスの遵守を後押しすることである。

不利益事実について、事業者が「故意」に言わなかった場合だけが対象となるのであれば、「私は知らなかった。」「そのようなことは知りません。」と言われれば、それで終わりとなってしまう。ここに「重過失」が入るということは、「事業者であれば、少し注意すれば分かるのではないか。」という場合にも対象を広げたということで、当然、条例の規定も「重過失」に対象を拡大して記載すべきである。

○部会長

ただ今の発言は、法の改正に合わせて、条例でも「重過失」による不利益事実の不告知についても行政規制の対象とすべきとの意見か。

○野々山委員

先ほどの事務局の説明で、特定商取引法では「故意」だけで「重過失」は対象となっていない旨の説明があったが、私はこの法もいずれは改正されるのではないかとと思っている。事業者が「重過失」により不利益事実の不告知を行った場合、民事上、取消しができるということを条例でしっかり明記し、行

政規制の対象とすべきである。

○会長

条例第34条の「指導」について、実際には、事業者が不適正な取引行為を行ったことをもって、直ちに市が指導するということは考えにくいのではないかと。つまり、通報があって、この事業者はやや問題があるのではないかと疑われる場合、まずは、市の担当者が事業者と接触して事情を聴取したり、口頭で注意や指導したりといったやり取りがあるのではないかと。こういった事前のやり取りがあって、それで収まらない場合は「指導」まで行くと思うが、実態を教えてください。

●事務局

条例第21条第1項で「市長は、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、その実態を明らかにするために必要な調査を行い、当該調査の経過及びその結果を公表しなければならない。」とある。また、第2項では事業者に対して調査への協力を求めることができる旨を規定している。よって、まずはこの調査をしたうえで、条例第34条、第35条へと流れていくことになる。

ただ、実態としては、私の知る限りでは、条例第34条や第35条の規定に基づき、事業者に対して指導等を行った記憶はないが、事実上の指導ということで、条例に基づかず、任意で事業者に出頭をお願いし、事情を聴取し、市の指導に従っていただくことは多々ある。

○会長

京都市が、条例に基づかない事実上の指導を事業者に対して行う際は、行政が「故意」か「重過失」かの認定を経ずに協議や指導を行っている場合が多いと思う。条例上の行政指導においても、「重過失」については、「故意」に含まれると解釈してもよいのではないかと。余り細かく条例や規則に書き込むことは、実効性の点からも好ましくない場合もあるのではないかと。「重過失」を対象とすることに絶対に反対だという意味ではないが、全てを法律の規定に合わせる必要はないと思う。

○野々山委員

「知らなかった。」と「故意」ではないことを主張している事業者に対して、最終的に行政指導ができるかどうかという問題はあるかと思う。この場合、条例で「重過失」を対象にしておけば、京都市としても行政指導がやりやすくなるのではないかと。

○部会長

コンセンサスについてだが、複数の委員から意見が出て、皆さんの賛同が得られたならば、コンセンサスが得られたものとして、全体会議にその旨を報告することになるだろうが、本件については、野々山委員から「重過失」を加えるべきだとの意見が出された一方で、実効性の面から、必ずしも有意義でない可能性もあるのではないかととの意見もあったので、そのまま全体会議に上げていくことになる。

次に資料3の2ページから7ページまで、消費者契約法第4条3項第3号から第8号までについて意見をお聴きする。

○野々山委員

「不安をあおる告知」や「加齢等による判断力の低下の不当な利用」については、基本的には条例でも規定されていると思うが、「規則別表（１）ノ」の「不適格者への無配慮者」は、配慮しなさいという作為など、積極的なことを求めている。この点に関して、最近問題となっているのが、「付け込む」、「利用する」という対応であり、高齢者の判断力の低下に付け込んで契約を結ばせるという「つけ込み型勧誘」と言われている。このことを規則でも何らかの形で表現できないかと思う。

「恋愛感情に乗じた人間関係の濫用」については、今回の法改正で、恋愛感情に限らず、「その他の好意の感情」も付け加えられている。よって、規則でも「恋愛感情その他の好意の感情」としてはどうか。

「靈感等による知見を用いた告知」について、「靈感商法」といわれるものは、「規則別表（１）ナ」の「心理的不安の惹起」でカバーできていると思う。「心理的不安の惹起」の説明の括弧書きを見ると、「消費者の生命、財産、運命等に不安をあおるほか、消費者を心理的に不安な状態に陥れるような言動又は表示をいう」と書かれているので、この中に「靈感」も含まれるか否かをはっきりさせていただきたい。もし、「靈感」は含まれないのであれば、「靈感」を例示した方がよい。

○部会長

いわゆる「靈感商法」と呼ばれる第６号については、現行の規則で解釈できないのであれば、規則でも例示すべきではないか。また、第４号の「恋愛感情等に乗じた人間関係の濫用」については、「その他の好意の感情」として、先ほどの事務局からの説明では、単に恋愛感情だけでなく、例えば、先輩、後輩の関係などが示されていたが、現在の市の規則では「恋愛感情」だけなので、「その他の好意の感情」も加えるべきではないかとの意見であったかと思う。

●事務局

市の条例や規則の別表については、例えば「靈感」や「恋愛感情その他の感情」などといった具体的な文言を使わずに、それらの言葉を包括するような形で、どのような場合でもある程度は対応できるような作りになっている。５ページの「靈感」に関して、「靈感」という言葉は使わないものの、「消費者の生命、財産、運命等に不安をあおる」という表現をしており、これでカバーできているのではないかと考えている。ただ、この規則の別表に位置付けるということは、事業者に対して一定のペナルティを課す、行政指導を行うことができることとなるので、その点から言えば、もう少し詳細に要件を記すべきであるとの意見も理解はできる。法的な見地からの意見をお聴きできればと思う。

○部会長

今の話は、例えば、５ページ目の「規則別表（１）ナ 心理的不安の惹起」で、いわゆる「靈感商法」と呼ばれるものをカバーすることができ、行政指導を行えると解釈することが法制上可能かどうかということか。

○野々山委員

市がそのように解釈するというのであれば、当該規則を用いて行政指導を行うことは可能である。

○会長

規則の定め方について、一部分だけ具体的に定めてしまうと、具体的に書かれていない所は、具体的に書かれていないことを引合いに出し、該当しないと事業者に言い逃れをさせることにもなりかねない。具体性をある程度統一して、規制の網を広げておいて、解釈上可能であると言えるようにしておく方が望ましい。そういう点で考えると、「恋愛感情の利用」だけはピンポイントで具体的である。今の趣旨から言うと、単に「好意の感情」でもよいのではないか。大事なことは、事業者に不当な言い逃れをさせないということである。

あと、議論の進め方についてだが、審議会から市に報告するときには、例えば、『『靈感』という文言を入れよ。』ということではなく、『『靈感』という文言など具体的なことを括弧書きに盛り込むことが考えられる。』や『『靈感』については、重要なので盛り込んだ方がよいのではないか。』などといったことを意見として出せばよいと思う。文言まで練ったところで、市で検討し採用されなければ意味がない。

○高田委員

問題とされている教団は、最近では、「靈感商法を行っていない。」と主張しているようなので、ここは「靈感」という文言を入れるより、「消費者の生命、財産、運命等に不安をあおるほか、消費者を心理的に不安な状態に陥れるような言動又は表示を行うこと」という現行の表現の方が規制しやすいのではないか。

○中川委員

法の改正内容を条例・規則でカバーできているか否かは誰が判断するのか。また、事業者が不適正な取引行為を行った場合、当該事業者を指導等するか否かは誰が判断するのか。

●事務局

市の条例や規則は、審議会での意見を参考にして、最終的には、市が改正の有無や改正内容を決めさせていただく。

指導等については、条例上、京都市長が行う旨を定めているが、実際には、それぞれの担当部署が市長の名で行うこととなる。

○会長

どの組織でも同じだと思うが、市の担当部署の職員が通報等を受け、問題があると判断されたならば、この規則別表のどれに該当するのかを判断し、それに基づき事業者側とやり取りをし、解決を図る。その結果、事業者が納得すればそれで終わりになるが、納得しない場合は、市が条例上の行政指導を行うことになる。

事業者が行政指導に納得しない場合は、最終的には訴訟となり、条例・規則でカバーされているか否かは裁判所で判断されることとなる。カバーできていないと判断されれば、京都市が敗訴して行政指導は無効となる。ただ、訴訟まで見据えて考えなければならぬかということ、恐らくそうではないであろうと思う。一般的に常識的な範囲で考えればよいのではないか。

○部会長

最終的に判断する権限を持つのは裁判所ということになるが、実務上は京都市が条例・規則を使って動くか否かを担当部署が判断することになるかと思う。

○渡邊委員

「靈感商法」については、現在の規則の定めで十分カバーできると思う。そういう意味では、ある程度大きな括りで書いた方がよいと思う。「恋愛感情の利用」については、恋愛感情に特化されているので、「その他の好意の感情」について記しておいた方がよい。

○部会長

法令の規定に合わせると限定的になるし、ある程度の自由な裁量を市に残しておいた方がよいとの判断もあるし、その点をどのように考えるか。

○野々山委員

資料3の6ページの「規則別表（3）キ」の「商品等」にはサービスも含まれているという理解でよいか。また、「一方的提供による支払の請求」については、全部ではなく「一部」の支払も含まれるのか。

●事務局

そのとおりである。

○野々山委員

そうであれば、法第4条第3項については、第7号の規定は規則でカバーできている。

また、第8号の規定は、「規則別表（1）チ」で「親切を装い、又は商品等を無償若しくは著しく低い対価で提供することにより」という限定を加えている。事業者が一定の準備行為をしたから、消費者に何とかせよと負担を強いることは、必ずしもカバーできているとは言えない。「規則別表（3）カ」や先ほど追加で説明があった「規則別表（5）ク」でカバーできるのであればそれでよいと思うが、「規則別表（3）カ」は極めて広いし、「規則別表（5）ク」でカバーできるか否かについてはまだ検証できていない。

なお、先ほどの「靈感商法」については、現行規則で解釈可能ということであれば、あえて規則の改正は必要ない。

○会長

「規則別表（5）ク」というのは、契約成立前のことなので、「解除」は当てはまらない。「申込みの撤回」についても、まだ申込みすらしていない段階なので、該当しないのではないか。

法第4条第3項第8号の規定は、「規則別表（3）カ」が広く解釈できる。「規則別表（1）チ」の「心理的負担の押しつけ」の括弧書きの説明は限定的なので、少し緩めてはどうか。

○部会長

両名の意見をまとめると、「規則別表（３）カ」が非常に広い文言なので、これでカバーできるのであれば、これでよいのかもしれないが、もしそうでないならば、「規則別表（１）チ」の括弧書きの文言を若干緩めるような改正があつてしかるべきではないかという意見であつたかと思う。

次に、８ページの消費者契約法第４条第４項「過量な内容の契約」について意見を頂きたい。

○野々山委員

「規則別表（２）キ」の「過量販売等」でカバーできていると思う。

「規則別表（１）ヌ」の「次々契約」を挙げているが、括弧書きに記載がある「その意に反して」という文言は不要ではないか。

●事務局

「規則別表（１）ヌ」で「次々契約」を、また「規則別表（２）キ」で「過量販売等」を挙げている。法第４条第４項に「契約の目的となるものの分量、回数又は期間」とあるが、我々の理解としては、「規則別表（２）キ」が「分量」に、また、「規則別表（１）ヌ」が「回数」や「期間」に該当するのではないかと考えている。

「規則別表（１）ヌ」の括弧書きの中の「その意に反して」の文言が入っていることについて、どのような経過でこの文言が入ったか、すぐにお答えすることはできないが、「その意に反して」の文言を削除して読んだとしても特に違和感はないので、この文言を入れた当時のことを可能な限り調べさせていただきたい。

○部会長

次に、９ページ「重要事項の範囲」について意見を頂きたい。

○野々山委員

これは、「規則別表（１）エ」の所にあるように、勧誘するときには、「商品の内容又は取引の内容、条件若しくは仕組み」について虚偽のことを言うてはいけないというもので、従来、問題とされてきたのは、「動機」と「必要性」である。例えば、シロアリがないのにシロアリがいると言ってシロアリ駆除サービスを販売するとか、耐震性に問題がないのに問題があると言って耐震工事をさせるとか、サービス内容には虚偽はないが、動機や必要性に虚偽があつたというトラブルが多かつたことから、法が改正されたわけだが、規則では対応していない。「規則別表（１）エ」の「商品の内容等の重要事項の虚偽告知」の説明中の「仕組み」の文言の次に「契約の必要性」を付加してはどうか。必要性に関しても「虚偽告知」があつた場合は、行政指導の対象とすべきである。

○部会長

今の意見を補足させてもらうと、消費者契約法第４条第５項第１号で言うと、物品を購入したとき、その物品自体には問題がなくても、例えば、「今後電話が使えなくなる。」とか言って新たな電話機の購入を勧めるとか、その電話機自体には欠陥はないが、うそのことを言って電話機を買わせたような場合は取消しの対象とならないのではないかということが問題視されたことから、購入の判断に通常影響を

及ぼすものについても不実告知があった場合は取消しの対象とされることとなったものである。野々山委員の意見は、「規則別表（１）エ」の括弧書きの「商品等の内容又は取引の内容、条件若しくは仕組み」の後に、例えば「必要性」など、もう少し広くカバーできるような文言を挿入すべきではないかとのことであった。

次に、資料 3 の 10 ページから 13 ページまでについて、意見を頂きたい。契約の内容規制に関わる規定である。

○野々山委員

第 8 条「事業者が自分の責任を自ら決める条項」、第 8 条の 2「消費者の解除権を放棄させる条項」及び第 8 条の 3「消費者の後見等を理由とする解除条項」は、いずれも消費者契約法が成立して以降、新たに生じてきた消費者問題に対応するために設けられた規定であり、京都市の規則では定めはないが、こうした新たな消費者問題にも対応できるよう、市の規則にも明記すべきである。

○高田委員

条例や規則に定めがない事例に対して、京都市ではどのような対応をしてきたのか。

●事務局

条例や規則に定めがないので、条例や規則を使って指導等することは一切できないが、日々の消費生活相談の中で、条例・規則に基づかなくても、事業者に対して情報を伝えたり、説明を求めたりしているのが実情である。

○高田委員

条例や規則で位置付けた方が、行政指導がやりやすいことになるのか。

●事務局

規則別表に定めている行為に違反した事業者に対して条例に基づく指導等をするようになるが、これまでその実績はなく、実態として条例によらない事実上の指導を行っている。ただ、市が最終手段として条例に基づく権限を持つておくという意味では、条例や規則に規定があった方がやりやすいと言える。

○部会長

条例や規則に規定がないと言っても、法では禁止されているので、法に基づき消費生活相談において対応していただいていると思う。条例や規則に「不適正な取引行為」として定めることにより、市が行政指導を行うことができるようになるということである。

○中村委員

10 ページや 11 ページでは、条例・条例施行規則別表（第 2 条関係）の規定の所が空白になっている。法が出来て何年もたつと思うが、新たに条例や規則で追加していく予定はあるのか。

●事務局

部会長からも説明があったと思うが、例えば、事業者が自分の責任を自ら決める条項や消費者の解除権を放棄させる条項は無効となる。これは、法律で定められているわけなので、誰もがこの規定に従う必要がある。一方、市の条例・規則で定めていないということは、その行為に反した事業者に対して、市が行政規制を行うことができないということである。市が行政規制を行うべきか否かについては、是非とも審議会の意見をお聴きし、それを参考に検討していくことになる。

○部会長

第8条の2や第8条の3に対応する規則の定めはないが、法第8条に対応する規則については、「規則別表(2)ウ」の「事業者の責任の不当な免除等」が該当するのではないか。

規則でカバーできない部分は、新たな規則で補うべしというのが、部会の意見になろうかと思う。

○部会長

14ページの特定商取引法に移っていきたい。「電話勧誘販売における過量販売規制」について、意見を頂きたい。

(意見なし)

○部会長

特になければ、次に15ページ「通信販売におけるファクシミリ広告への規制」と18ページ「通信販売に関する承諾なしの電子メール広告の提供の禁止」は、いわゆるオプトイン規制と呼ばれるもの、16ページ「訪問販売における禁止行為」も合わせて意見を頂きたい。

○野々山委員

通信販売において、ファクシミリ広告や電子メール広告を一方向的に大量に送付することは、最近は少なくなってきているが、市の規則でも行政規制の対象としてもらえればと思う。

○高田委員

現在、通信技術が飛躍的に進歩しており、ファクシミリについては設置していない所も多いと思うし、若者を中心に電子メール離れも進んでいる。いわゆるSNSというものが普及してきており、こちらが求めている広告が勝手に出てくることが非常に多くある。こちらの検索履歴を使って、ターゲット広告を送ってくるわけだが、果たして、このことを行政が規制できるのか疑問に思う。規制するとしても、今さら、ファクシミリとか電子メールのことを言い出すと、時代に対応していないので、SNSを含め、通信手段を包括するような形で規定すべきである。

○会長

通信販売で、遠隔的に広告を打つということだと、この条例が及ぶ人的範囲はどの範囲か。どのような規制を、誰に対して、どういう形で掛けるのかについて検討する必要がある。仮に、市長が、京都市外の事業者に対して指導や勧告ができないのであれば、全国どこからでも可能なファクシミリ

リ広告や電子メール広告について禁止することは困難となる。

●事務局

どこに所在する事業者であっても、京都市民に影響がある事業者に対しては様々な要請や指導を行っているので、恐らくそこが対象になるのではないかと思う。

消費生活相談は京都市民を対象に行っており、事業者が市外なので相談は受けられないという取扱いはしていない。あっせんを行う際も、事業者の所在は問わない。

○会長

消費生活相談やあっせんの場合はそうであるとして、例えば、条例上の指導を市長が文書で市外の事業者に送付しても構わないのかということである。

●事務局

基本的には、消費生活相談の延長で指導等に至ることになるので、京都市民の消費者被害を救済することと言えば、事業者の所在によって区別する理由はないと思っている。

○部会長

「通信販売」に限定することについてはいかがか。

○野々山委員

「通信販売」の括りでよいのではないか。

○会長

規制の是非は別として、その対象を通信販売に限定する合理性があるのか疑問である。市民の迷惑を防止しようと言うのであれば、通信販売業者と実店舗の販売業者を区別する理由はない。家の玄関をノックして訪問してきた事業者に、頼んでもいないのに勧誘されるという事態が、遠隔の事業者によって生じるので、それを何とかしようという発想ではないのか。そうすると、販売形態は余り関係ないのでないか。

○野々山委員

ファクシミリは紙が勝手に送られるため、財産権の侵害にも当たる。

○会長

ダイレクトメールでも、ごみの問題がある。ごみ処理は無料でできない。本当はそこまで考えて規制の網を掛ける必要がある。人によっては、メールやファクシミリより、ポスティングの方が迷惑だと言う方もいる。

○高田委員

私も規制の是非は別として、承諾なしのSNSの広告が、実際に禁止できるのか疑問に思う。法改正

が平成28年と平成20年と古い。当時は規制できたかもしれないが、現在、国内だけでなく海外から送られてくるような時代に、現実的に規制が可能なのかと思う。

○部会長

最後に17ページの「訪問購入に関する不招請勧誘の禁止」について、意見を頂きたい。

○野々山委員

16ページの第7条第1項「訪問販売における禁止行為」については、規則別表で一定カバーできていると思っている。

17ページは、現行法では、訪問販売については、勧誘することは許されるが、相手方が拒絶した場合は訪問が許されない。一方、訪問購入は、そもそも要請されていない以上、事業者は訪問してはいけないことになっている。市の規則では、「規則別表(1)ハ」で、意思確認の機会を与えない勧誘を規制しているため、行政指導に当たるのかもしれないが、訪問販売、訪問購入の別を定めていないので、訪問購入だけ採り上げて、新たに行政規制できるようにすべきでないか。

○部会長

本日の議論を踏まえ、更に意見がある場合は、第3回目の会議で述べていただく機会を設けたいと考えている。

なお、本日、事業者団体に所属する他の部会の委員に出席を求め、発言していただく予定をしていたができなかったので、今後の対応については改めて検討させていただくこととする。

本日の会議は以上で終了する。

(終了)