

千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例

解釈指針（逐条解説）

平成20年3月31日 策定

千葉県環境生活部県民生活課

はじめに

近年、架空請求や住宅リフォーム詐欺など高齢者や若者を中心に消費者トラブルが急増し、その内容も複雑化・多様化してきました。また、市場メカニズムが重視され規制緩和が進む一方で、情報隠しなどの企業不祥事が続発するなど、消費者を取り巻く経済社会情勢はますます変化してきています。

国においては、これらの情勢の変化や新たな消費者問題に対応するため、平成16年6月に「消費者保護基本法」の抜本的な見直しが行われました。これにより、法律の名称が「消費者基本法」に改められるとともに、「消費者の権利の尊重」と「自立の支援」が基本理念として新たに規定され、国・地方公共団体・事業者等の責務規定なども大幅に改正されました。

千葉県消費者保護条例は、欠陥商品、不良商品による消費者被害が続出したことや第一次オイルショック後の狂乱物価、物不足などを背景に、消費者の利益を擁護・増進し、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、県の施策を体系化し県の基本姿勢を示すものとして、昭和50年10月に制定され、その後、悪質商法の横行など当時の経済社会情勢の変化に対応するため、昭和63年3月に大幅な改正を行ないました。

しかし、千葉県では、「近年における科学技術の進歩やIT化・国際化の進展に伴う消費者トラブルの増加や複雑化・多様化、規制緩和の推進といった経済社会情勢の変化」や、「消費者保護基本法の改正」に、よりの確に対応するため、平成16年度から、広く県民の意見を聴きながら千葉県消費者保護条例の見直し作業を進めてきた結果、同条例に代わるものとして平成19年12月に「千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例」を制定しました。

千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例は、「行政、事業者、消費者等の連携・協働」、「消費者の権利の尊重」、「消費者の自立の支援」を基本理念とし、消費者被害の未然予防のためのきめ細かな情報提供や悪質事業者に対する指導強化などを盛り込んでいます。

本書は、本年6月1日から施行されるこの条例を逐条ごとに解説したものであり、関係各位に広く活用されることにより、条例目的の達成に資することができれば幸いです。

平成20年3月

千葉県環境生活部

目次

前文	2
第一章 総則（第一条 - 第十条）	
第一条 目的	3
第二条 基本理念	6
第三条 県の責務	10
第四条 県と市町村との連携等	11
第五条 事業者の責務	12
第六条 事業者団体の責務	14
第七条 消費者の役割	16
第八条 消費者団体の役割	18
第九条 環境への配慮	19
第十条 基本計画	20
第二章 消費生活の安定及び向上に関する施策（第十一条 - 第十四条）	
第十一条 啓発活動及び教育の推進	21
第十二条 消費者団体の自主的な活動の推進	23
第十三条 試験、検査等の実施等	24
第十四条 施策等の公表	25
第三章 商品等の安全等に関する施策	
第一節 危害の防止（第十五条 - 第十八条）	
第十五条 危害の防止に関する調査等	26
第十六条 危害の防止に関する勧告等	28
第十七条 重大緊急危害の情報提供	30
第十八条 商品等の提出	31
第二節 規格、表示、包装等の適正化（第十九条）	
第十九条 規格、表示、包装等の適正化	32
第三節 不当な取引行為の禁止等（第二十条 - 第二十五条）	
第二十条 不当な取引行為の指定	34
第二十一条 不当な取引行為の禁止	34
第二十二条 不当な取引行為に関する調査等	47
第二十三条 不当な取引行為に関する勧告等	49
第二十四条 重大な被害についての情報提供	51
第二十五条 架空請求についての情報提供	52
第四章 苦情の処理及び被害の救済に関する施策（第二十六条 - 第二十九条）	
第二十六条 苦情の処理のあっせん等	53
第二十七条 審議会の調停等	54
第二十八条 訴訟の援助	56
第二十九条 貸付金の返還等	58
第五章 生活必需商品に関する措置（第三十条 - 第三十三条）	
第三十条 需給状況等の調査等	59
第三十一条 特定生活必需商品の指定等	60
第三十二条 協力要請	61
第三十三条 売渡勧告等	61
第六章 雑則（第三十四条 - 第四十条）	
第三十四条 知事への申出	63
第三十五条 立入調査等	64
第三十六条 公表	66
第三十七条 意見の聴取	67
第三十八条 国の行政機関等との協力	68
第三十九条 国に対する措置要請等	69
第四十条 委任	70

前文

経済社会の発展は、多様な商品や役務を生み出し、生活の利便性を向上させ、選択の機会を拡大させている一方で、従来から存在する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増大させ、消費者問題をより複雑化させ、かつ、多様化させている。また、事業活動や消費行動の変化は、廃棄物の増大などの環境問題も引き起こしている。

我が国最大の消費地である首都圏に位置する本県にあっては、このような問題が特に顕著となっている。

本来、消費者と事業者とは対等の立場に立つべきであるとの観点から、両者間の格差を是正するとともに、消費者の利益を擁護し、及び増進するために、行政、消費者、消費者団体、事業者及び事業者団体が、自ら又は連携して、消費者の権利を尊重すること、事業活動の適正化に向けた取組を推進すること及び生産から消費までの場面における環境への負荷の少ない持続的発展が可能な経済社会を目指すことの重要性をそれぞれ認識し、消費者問題に取り組んでいくことが強く求められている。

安全で安心な、かつ、豊かな消費生活を送ることは、県民が等しく望むところであり、共に力を合わせてその実現に取り組むことを決意し、ここに千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例を制定する。

[趣 旨]

本前文は、県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的として制定する本条例の基本的な趣旨・考え方を明らかにしたものである。

前文は、規範性を持つものではないが、条例の一部をなすものであり、条例各条項の解釈基準や運用上の指針を示すものである。

[解 説]

前文では、 条例制定の趣旨・背景、 条例の基本的な考え方、について、県民にわかりやすく示している。

第一に、「条例制定の趣旨・背景」として、経済社会の進展の中で、消費者と事業者の間に情報力・交渉力等の格差が生み出され、常に新たな消費者問題が発生してくるなど、消費者問題が構造的な問題であることを明確に示すとともに、環境問題も引き起こしていることを明確にしている。

第二に、「条例の基本的な考え方」として、県民の消費生活の安定及び向上を図るためには、行政、事業者、消費者等が、連携・協働して、「消費者の権利を尊重すること」、「事業活動の適正化に向けた取組を推進すること」、「環境負荷の少ない持続的発展が可能な経済社会を目指すこと」の重要性を認識して消費者問題に取り組んでいくことが強く求められていることを述べている。

そして、共に力を合わせて、安全で安心な、かつ豊かな消費生活の実現に取り組むことを決意し、本条例を制定することを宣言している。

第一章 総則

目的、基本理念、責務・役割等、条例全体を貫く総論的事項について規定している。

第一条（目的）

（目的）

第一条 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、県、事業者及び事業者団体の果たすべき責務並びに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、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。

〔趣 旨〕

本条例の目的を明らかにするものであり、「県民の消費生活の安定及び向上を図ること」を最終の目的としている。

なお、消費生活の安定及び向上に関する施策は、「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」を基本的な前提として展開されるべきであることから、これを明記している。

〔解 説〕

今日の消費者問題は、大量生産、大量消費という経済機構の下で消費者が多種多様な商品やサービス（役務）について十分な知識を持つことが困難であること、規制緩和、IT化の進展などの経済社会情勢の変化により、商品・サービスの内容や取引条件が複雑化・多様化していることに起因している。従って、安全で安心な消費生活を営めるようにするためには、このような消費者の置かれている状態、すなわち、消費者が事業者に対して不利な立場に置かれていることを改善していく必要がある。（前文参照）

そのためには、第7条に規定されているように、消費者自らが知識の修得や情報の収集に努め、自立を図ることが重要であるが、いかに努力を払ってもなお、急激な技術革新、商品やサービスの多様化、販売方法の複雑化が進展している現実の経済社会においては、消費者の自己努力だけでは、事業者との格差を是正し、県民の消費生活の安定と向上を得るには不十分であり、行政及び事業者も相応の責務を分担すべきである。それゆえ、本条例は総則において、基本理念を定め、県、事業者（団体）及び消費者（団体）のそれぞれについてその責務及び役割を定めるとともに、第2章以下において県が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策を体系的に定めることとした。

〔解釈及び運用〕

1 「消費者」

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。(消費者契約法第2条第1項)

事業者が供給する商品又はサービスを使用し、又は利用して生活する者をいう。

消費者とは、消費生活を営む者であるから、生命、肉体を有する自然人であり、法人又は団体を含まない。すべての自然人は消費することによって生存しているが、消費生活を営む側面に重点を置いてとらえる場合に、特に消費者とされる。従って、商品やサービスの購入が事業目的である場合には消費者とはいわない。一方、法人格を持った個人事業主が、法人名義の契約を行った場合であっても、それが主として消費生活を営むためであれば、当該契約は消費者として行ったものと解される。例えば、零細なたばこ屋や文房具店などの高齢な経営者に、法人名義の電話

機のリース契約をさせるケースでは、購入の目的が主として事業目的でなければ購入者が事業者であっても消費者にかかる取引である。また、契約等の動機が利殖等を目的にしているとしても、事業として行われるわけではない家計や預貯金等の運用のための行為は、消費者の行為である。従って、マルチ商法、内職商法、利殖商法等の被害者は消費者である。

2 「事業者」

「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個人」をいう。
(消費者契約法第2条第2項)

商業、工業、サービス業その他の事業を行う者をいう。

消費者との取引関係の有無を問わず、広く消費者と直接、間接の関連をもつ事業を営む者を指す。事業の範囲は全産業を含む。

事業とは、一定の目的をもって同種の行為をある期間、反復的・継続的に行うことであり、事業目的が、営利であるかどうかを問わない。また、公益であるか私益であるか、又は会員相互の共同利益であるかも問わず、反復、継続して行われる同種の行為や専門的職業等の自由職業も事業者該当する。従って、商品やサービスを消費者に直接供給し又は間接に關与する者は、法人格を有するか否かを問わず全て含むので、社団、財団、公益団体、各種の業界団体、マンションの管理組合、農業協同組合等の事業協同組合、生活協同組合等も本条にいう事業者である。

また、個人であっても、事業として又は事業のために、あるいはある期間、反復・継続的に同種の行為を行った場合は、事業者とみなされることになる。

3 「消費生活」

商品やサービスを購入し、それを使用・利用することによって生存を維持し活動すること。

本条例は、県民の消費生活の安定及び向上を目指した条例であり、本条例の適用対象は、消費生活を営む範囲に限定することになるが、「消費生活」の概念は経済社会状況の変化とともに変遷している。そのため、購入に当たっての選択や使用後に消費者が廃棄する場合などについても、購入、使用、消費に密接にかかわるものとして対象とする。これに加え、営利や利殖等を目的としている面があっても、個人で反復的、継続的に事業等を行わない場合は、取り扱い金額にも考慮が必要であるが、原則として消費者取引と同視すべきものと考え、投資取引、マルチ商法、内職商法、モニター商法、個人が非事業的目的で事業者保証したり、寄付したりする場合も対象とする。

また、公害や地球温暖化、リサイクルや省エネルギー等、生活を取り巻く資源環境問題も消費生活に関わる問題として捉える必要がある。

4 「消費生活の安定及び向上」

商品やサービスの取引をめぐる消費生活上の問題において消費者利益を図るばかりでなく、上下水道、住宅の整備、公害防止等生活環境全般にわたる対策や物価対策を含めて推進されなければならない。しかし、本条例は、それらすべてに直接的に対処しようとするものではなく、直接には商品やサービスによる危害の防止、不当な取引行為の防止、生活必需商品に関する緊急措置、消費者被害の防止及び救済といった消費者問題を対象として、消費者の利益の擁護と増進を行い、県民の消費生活の安定及び向上に資することを狙いとするものである。

「県」と「知事」の違い

本条例では、千葉県が行う施策や責任の主体の表現として「県」と「知事」の二通りが使われている。

「県」と「知事」の表記の区分は、県の施策の具体的な実施主体を指す場合は執行機関の統括者である「知事」を用い、総体としての千葉県を指す場合には「県」という用語を用いる。したがって、本条例においては、具体的な施策の遂行についての規定が多いことから、「知事」を用いるこ

とが多い。

「県」を用いる場合としては、

- (1) 県民に対し、施策の責任主体であることを表示する。(第1条、第2条、第3条、第9条)
- (2) 県と市町村等との関係を規定する。(第4条)

場合となっている。

第二条（基本理念）

（基本理念）

第二条 前条の目的を達成するに当たっては、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、県、市町村、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体の相互の信頼を基調とし、これらが相互に連携し、又は協働すること、次の各号に掲げる消費者の権利を尊重すること及び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消費者の自立を支援することが基本とされなければならない。

一 商品又は役務により、生命、身体及び財産が侵されない権利

二 商品又は役務について、自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利

三 商品又は役務の取引について、不当な方法から保護され、及び不当な条件を強制されない権利

四 消費生活において個人情報適正に取り扱われる権利

五 商品又は役務及び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

六 消費生活において必要な情報を速やかに提供される権利

七 消費生活に関し、必要な知識及び判断力を習得し、自主的かつ合理的に行動するための教育を受ける機会が提供される権利

八 消費生活に関する意見が県の施策に適切に反映される権利

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なければならない。

3 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の年齢、障害の有無その他の特性が配慮されなければならない。

4 前条の目的を達成するに当たっては、高度情報通信社会の進展及び消費生活における国際化の進展に的確に対応するよう配慮されなければならない。

[趣 旨]

本条例の目的達成に当たっての基本的な考え方・理念を規定したものである。

事業者が事業活動を行い、消費者が消費生活を営み、行政が施策を推進する上で、各々が基本とすべき考え方や理念を示している。

[解 説]

1 条例の目的である消費生活の安定及び向上を図るにあたっては、「行政、消費者、事業者等の主体が連携・協働すること」、「消費者の権利を尊重すること」、「消費者の自立を支援すること」が基本理念であることを宣言している。（1項）

2 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、消費者の自立の支援にあたっては、事業者が消費者の権利を尊重し法令等を遵守した事業活動に努めるとともに、行政が悪質事業者の監視・取締り、消費者の苦情処理のあっせん・調停を行うなど、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が確保されることが重要と考えられることから、これを明記している。（2項）

3 高齢者、未成年者、障害者等には、それぞれ特有の消費者被害が発生することが考えられ、消費者の自立の支援にあたっては、年齢や障害の有無など消費者の特性を踏まえつつきめ細かく対応していくことが重要と考えられることから、これを明記している。（3項）

4 インターネットが普及し、国内のみならず海外の通信販売やサービスを手軽に利用できるなど利便

性が高まっているが、その手軽さを悪用した消費者被害やトラブルが発生している。消費生活に関する啓発活動や教育を行うにあたっては、経済社会の状況に応じて適切な内容及び方法となるように配慮することが重要と考えられることから、これを明記している。(4項)

本条例に定める「消費者の権利」は、生存権など人間としての基本的権利の消費者側面についての権利であり、実定法の上で具体的に保障される(特定の者に対して具体的な権利を主張できる)ものではないが、あえて、条例に明文で規定した意義は、千葉県が、自らに、この「消費者の権利」が尊重されるよう消費者行政を行うことを義務付けたことにある。

なお、千葉県消費者保護条例では、5つの権利を列記していたが、本条例では、第4号の「個人情報適正に取り扱われる権利」、第7号の「消費生活に関する教育を受ける機会が提供される権利」、第8号の「消費生活に関する意見が県の施策に適切に反映される権利」が追加された。

本条例は、明文をもって宣言した「消費者の権利」を尊重し、及び消費者の自立の支援を図ることを基本として消費生活の安定及び向上に関する施策を推進し、もって県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的としており、本条でうたうだけではなく、責務・役割や第2章以下に具体的施策等を規定することにより、権利を尊重しようとするものである。

権利と具体的施策等との主な対応関係は、以下のとおりである。

生命、身体及び財産が侵されない権利 : 「危害の防止」

自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利 : 「規格、表示、包装等の適正化」「不当な取引行為の禁止等」

不当な方法から保護され、及び不当な条件を強制されない権利 : 「不当な取引行為の禁止等」

個人情報が適正に取り扱われる権利 : 「事業者の責務」、個人情報保護法、千葉県個人情報保護条例

不当に受けた被害から速やかに救済される権利 : 「苦情の処理及び被害の救済に関する施策」

必要な情報を速やかに提供される権利 : 「啓発活動及び教育の推進」

消費生活に関する教育を受ける機会が提供される権利 : 「啓発活動及び教育の推進」

消費生活に関する意見が県の施策に適切に反映される権利 : 「県の責務」「基本計画」「知事への申出」

[解釈及び運用]

- 1 「消費生活における基本的な需要が満たされ」
十分な食料、衣服、家屋、医療、教育、公益事業、水道、公衆衛生といった基本的かつ必需の製品やサービスを得ることができること。
(国際消費者機構(CI)の消費者の8つの権利(内閣府作成資料)より)
- 2 「その健全な生活環境が確保され」
現在及び将来の世代に対して恐怖とならない環境で働き生活すること。
(国際消費者機構(CI)の消費者の8つの権利(内閣府作成資料)より)
- 3 「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。
- 4 「役務」
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い、エステティック、塾、家庭教師派遣、理美容、クリーニング、家事代行、外国語会話教室や資格取得の講座等の各種教室、結婚情報サービス等、一般的に役務提供、又はサービスといわれているも

ののほか、クレジットの供与や金融も含まれる。

また、教材の購入と家庭教師の派遣をセットで販売するように商品と役務（サービス）が一体となったものは原則的には、商品と役務（サービス）を分けて捉え、役務（サービス）に関するものだけが、これに含まれる。

5 「消費者の自立を支援」

消費者が自主的かつ合理的に判断し行動していくことができるよう、行政が中心となり、情報提供、啓発、消費者教育、相談等への助言などの施策を実施して支援していくことである。

6 「四 消費生活において個人情報 that 適正に取り扱われる権利」

個人情報の保護に関しては、個人情報保護法及び県個人情報保護条例で規定されているところであるが、個人情報データを利用した架空請求などが多発したことにかんがみ、消費者問題における個人情報保護の重要性を再確認するため、権利として明記するものである。

7 第3項関係

消費者の年齢等の特性への配慮としては、情報提供や啓発、消費者教育、苦情相談対応などにおいてそれぞれの特性に応じた工夫をすること、消費者行政と社会福祉行政等が緊密に連携することなどが考えられる。「消費者行政と社会福祉行政とが緊密に連携する」例としては、高齢者が県消費者センターへ消費生活相談を行った場合に、消費者センターが必要に応じて福祉の相談窓口と連絡調整を行いながら対応することや、国が中心となって推進している「高齢者見守りネットワーク」を、県の消費者行政と社会福祉行政との連携の下に推進することなどが考えられる。これらによって、それぞれの特性に応じた自立の支援が行われ、より迅速な被害救済や再発防止などの効果が期待される。

8 第4項関係

IT化や国際化など経済社会が急速に変化している状況にあることから、啓発活動や消費者教育など、消費者の自立を支援するにあたっては、それら経済社会の状況に応じて適切な内容及び方法となるように配慮する必要がある。

インターネットを通じた取引の場合、取引相手の特定が困難であること（匿名性）、一度に多数の情報発信が可能であること（迅速性・開放性）、取引の経過が書類等の形で残らないことが多いこと等の特性とそれに伴うリスクがある。したがって、新たな手口が発生した都度、消費者に注意を呼びかけることはもとより、消費者はインターネットの特性とリスクを理解した上で活用するように啓発や消費者教育を行うなどの必要がある。また、利便性だけを追求することなく物事の特性やリスクを理解できなければ活用しない、といった消費者の自主的で合理的な意識を醸成するような啓発や消費者教育を行うなどの必要性も考えられる。

<参考>

ケネディ大統領の4つの権利（ニクソン大統領、フォード大統領により追加）

1962年3月15日に、議会への消費者の利益の保護に関する特別教書として発表された。

安全への権利（The right to safety）

情報を与えられる権利（The right to be informed）

選択する権利（The right to choose）

意見を聴かれる権利（The right to be heard）

救済への権利（The right to redress or remedy）

消費者教育への権利（The right to consumer education）

国際消費者機構（Consumers International）の8つの権利

1984年第1回世界消費者デーで、権利宣言が行われた。

安全への権利 (The right to safety)
情報を与えられる権利 (The right to be informed)
選択する権利 (The right to choose)
意見を聴かれる権利 (The right to be heard)
救済への権利 (The right to redress)
消費者教育への権利 (The right to consumer education)
健康的な環境への権利 (The right to a healthy environment)
最低限の商品とサービスへの権利 (The right to the basic goods and service)

第三条（県の責務）

（県の責務）

第三条 県は、経済社会の発展に即応して、消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

2 県は、前項の施策の策定及び実施に当たっては、消費者、消費者団体、事業者及び事業者団体の意見を聴くことができるよう必要な措置を講ずるものとする。

[趣 旨]

消費生活の安定及び向上に関する施策の推進における県の責務を規定しているものである。

[解 説]

1 消費者政策の推進に関する地方公共団体の責務については、消費者基本法第4条で「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。」と規定されており、ここではこれを確認し、県の責務を宣言している。（第1項）

「総合的な施策」とは、消費者啓発、苦情処理等の施策について、県下各地域の状況を勘案した施策及び消費者行政関係各課で行っている施策を総合的に調整した施策である。

2 施策の策定と実施に当たっては、消費者等の意見を聴くための具体的なシステムを整備することを規定するものである。「必要な措置」としては、「消費生活相談に寄せられた要望の活用」、「知事への申出」、「千葉県消費者行政審議会による調査や同審議会への諮問、答申」、「パブリック・コメントの募集」、「インターネットアンケート」等が考えられる。（第2項）

第四条（県と市町村との連携等）

（県と市町村との連携等）

第四条 県は、消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施に当たっては、必要に応じて市町村と連携して取り組むよう努めるものとする。

2 県は、市町村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、その求めに応じて、情報の提供、技術的な助言その他の支援を行うものとする。

[趣 旨]

県が、広域自治体として、基礎的自治体である県内の市町村と相互に連携・協力することが特に重要と考えられることから、「国の行政機関等との協力」(第38条)とは別に規定し、その推進を図ることを規定しているものである。

[解 説]

消費者行政は、住民に密着した行政であることから、住民に最も身近な自治体である市町村の果たす役割には大きなものがある。消費者基本法第4条に規定されているように、県と市町村とは、対等の地方公共団体として、同様の基本的責務を負っている。中でも、苦情の処理のあっせん等については、同法第19条に規定されているとおり、基本的には市町村があっせん等を行い、県は、市町村との連携を図りつつ専門性・広域性を生かすことが求められている。また、同法第17条に規定されているとおり、県と市町村とは、消費者に対する啓発活動及び教育の推進を行うことが求められている。

県と市町村とは、対等な地方自治体として独立の消費生活に関する施策を実施するが、効率的に推進するためには、相互の連携が必要不可欠である。

[解釈及び運用]

1 「市町村」

県内の市町村をいう。

2 「情報の提供」

具体例として、「消費生活情報の提供」、「千葉県消費者情報ネットワークシステム（CCN-80）の運用」、「市町村消費者行政担当課長会議の開催」などが行われている。

3 「技術的な助言」

具体例として、苦情・相談に係る専門的な助言などが考えられる。

4 「その他の支援」

苦情・相談に係る商品等のテストの実施や市町村職員の研修の実施などが考えられる。

第五条（事業者の責務）

（事業者の責務）

第五条 事業者は、その供給する商品又は役務について、次の各号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 品質その他の内容の向上、価格の安定及び流通の円滑化に努めること。
 - 六 県が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策に協力すること。
- 2 事業者は、消費者の個人情報を適正に取り扱う責務を有する。
- 3 事業者は、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その他の必要な措置を自主的に講ずることにより、消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

[趣 旨]

消費生活の安定及び向上を図る上での事業者の責務を規定しているものである。

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の存在を踏まえ、「責務」として位置付けている。

[解 説]

本条は、事業者の努力義務を訓示的に規定するものであり、本条に反すると思われる行為等が直ちに特定の法令上の要件を満たすものとなるわけではない。しかし、事業者は、法令や本条例等を遵守することはもとより、自主的に社会的規範を踏まえた自主行動基準等を作成し遵守すること、及びそのための体制を整備した「法令等遵守経営」を行うことが重視されてきており、公正かつ自由な競争が行われるための行動として社会的にこれらが求められている。

経済全般の立場からは、事業者も消費者との相互利益を念頭において事業活動を行い、行政とともに三者が一体となって消費生活の安定及び向上を図ることが必要である。

[解釈及び運用]

1 「事業者」

第1条（目的）の「解釈及び運用」に同じ。

2 「消費者の個人情報を適正に取り扱う責務」

「千葉県個人情報保護条例」に、「事業者の責務」として「個人情報の保護の重要性を認識し、事業の実施に当たっては、個人の権利利益を侵害することのないよう、個人情報の取扱いを適正に行うとともに、個人情報の保護に関する県の施策に協力する責務を有する。」と規定されているが、個人情報保護の重要性にかんがみ、本条においても確認的に規定するものである。

3 「自主的に」

消費者問題の解決のためには、消費者自らの行動、行政の対応のほか、事業者側の自主的な努力が欠かせない。事業者が消費者問題に自ら進んで適切に対応することによって、消費者の信頼を確保し、健全な社会発展の中で自らの事業活動をも共に発展させ、持続的で安定した事業活動等が可能となるものと期待されることを、事業者は強く認識する必要がある。そこで、第3項において自主的な努力義務を定めたものである。

< 参考 >

消費者基本法

(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（事業者団体の責務）

（事業者団体の責務）

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。

2 事業者団体は、県が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策に協力する責務を有する。

[趣 旨]

消費生活の安定及び向上を図る上での事業者団体の責務を規定しているものである。

消費生活の安定及び向上を図る上で事業者団体が積極的な役割を果たすことは、消費者のみならず事業者にとっても重要であると考えられることから、事業者団体についても事業者と同様に「責務」として位置付けている。

[解 説]

とりわけ中小規模の事業者にとっては、苦情処理体制の整備や自主行動基準の策定等を単独で行うことは技術・資金・人材の面で困難な場合があることから、事業者団体が、事業者の責務を補完する役割を積極的に担うことが重要である。

事業者としての共通の利益を増進することを主たる目的とする二以上の事業者の結合体・連合体である「事業者団体」が、事業者を指導・支援するなど積極的な役割を担うことによって、消費者の信頼を確保し、健全な社会発展の中で事業者の事業活動をも共に発展させ、持続的で安定した事業活動等が可能となるものと期待され、これらは事業者としての共通の利益を増進することにつながるものと考えられる。

そこで本条は、事業者団体が、消費者の権利を尊重するとともに消費者の安全等に関して適正な事業活動を行うよう事業者に促すこと、また、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、苦情処理体制を整備、自主行動基準の作成を支援するなど、消費者の信頼を確保するための自主的な活動を行うこと等の責務を定めるものである。

[解釈及び運用]

1 「事業者団体」

事業者としての共通の利益を増進することを主たる目的とする二以上の事業者の結合体又はその連合体をいい、次に掲げる形態のものを含む。

- 一 二以上の事業者が社員（社員に準ずるものを含む。）である社団法人その他の社団
- 二 二以上の事業者が理事又は管理人の任免、業務の執行又はその存立を支配している財団法人その他の財団
- 三 二以上の事業者を組合員とする組合又は契約による二以上の事業者の結合体

具体的には、日本チェーンストア協会、(社)日本訪問販売協会、(社)日本通信販売協会、消費生活協同組合連合会などがある。

< 参考 >

消費者基本法

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。

独占禁止法

第二条 この法律において「事業者」とは、商業、工業、金融業その他の事業を行う者をいう。事業者の利益のためにする行為を行う役員、従業員、代理人その他の者は、次項又は第三章の規定の適用については、これを事業者とみなす。

2 この法律において「事業者団体」とは、事業者としての共通の利益を増進することを主たる目的とする二以上の事業者の結合体又はその連合体をいい、次に掲げる形態のものを含む。ただし、二以上の事業者の結合体又はその連合体であつて、資本又は構成事業者の出資を有し、営利を目的として商業、工業、金融業その他の事業を営むことを主たる目的とし、かつ、現にその事業を営んでいるものを含まないものとする。

- 一 二以上の事業者が社員（社員に準ずるものを含む。）である社団法人その他の社団
- 二 二以上の事業者が理事又は管理人の任免、業務の執行又はその存立を支配している財団法人その他の財団
- 三 二以上の事業者を組合員とする組合又は契約による二以上の事業者の結合体

第七条（消費者の役割）

（消費者の役割）

第七条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関し、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るとともに、家庭、地域、学校、職域その他の様々な場を通じて情報を提供し合う等互いに協力するよう努めることによって、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

2 消費者は、消費生活に関し、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。

3 消費者は、県が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策に協力するよう努めるものとする。

〔趣 旨〕

消費生活の安定及び向上を図る上での消費者自身の役割を規定しているものである。

消費者は事業者との間で情報の質及び量並びに交渉力等の格差が存在し対等ではない状況を踏まえ、「役割」として位置付ける。

〔解 説〕

消費生活の安定及び向上に関する施策は、行政が中心となり、事業者等が責務を果たすことによって推進されるものであるが、消費者が自主的かつ合理的に行動するとともに、互いに情報を提供し合うなど協力し合うことによって、悪質事業者を淘汰していくなど、消費生活の安定及び向上における消費者の役割は非常に大きなものと考えられ、積極的にその役割を担うことが重要である。

〔解釈及び運用〕

1 「消費者」

第1条（目的）の「解釈及び運用」に同じ。

2 「必要な知識」

単に消費生活に役立つ知識や常識の範囲にとどまらず、消費者が消費者問題についての当事者意識をもち、主体的に行動するために必要な多角的、多面的な知識をいう。例えば、「食」の問題を取り上げる場合に、単に料理方法だけでなく、食品の品質、安全性、価格の問題等多角的な視点からのものの見方及びそれに関連する知識などを指す。

3 「必要な情報」

消費者が自主的で合理的な消費生活を営む上で必要とする情報であり、

一 商品やサービスについての安全性、品質、取引条件等に関する情報

二 消費者の被害及びその救済や予防に関する情報

三 環境への負荷の少ない行動、取り組み等に関する情報

四 その他、消費者が消費生活上の判断や行動のための前提として、必要とする情報等をいう。

4 「自主的かつ合理的に行動する」

消費者が、契約内容をしっかり確認して問題のある契約をしないといったトラブルの未然防止、自らクーリング・オフ等の権利を行使するといった被害回復など、消費者の望ましい消費行動を示したものである。

現実には、例えば流行、外見等にこだわって品質そのものを軽視し、イメージやムードだけの広告、宣伝をうのみにして商品やサービスを購入したり、購入意思がないにもかかわらず、はっきり

と断らないために契約をしてしまうなど、自主性や合理性を欠く消費行動が少なくない点に着目した規定である。

- 5 「家庭、地域、学校、職域その他の様々な場を通じて情報を提供し合う等互いに協力する」
親子や兄弟姉妹、自治会の回覧板や隣近所、地区の催しの合間、学校で過ごす時間や帰り道の学生同士、職場における勤労者同士など、様々な場を通じて消費者同士が情報を交換することによって、身近に消費生活に必要な知識や情報を得て「きっかけ」や「気づき」となり、消費者被害の予防や救済につながっていくことが期待される。
- 6 「知的財産権等の適正な保護」
偽ブランドや違法コピーDVDの購入などの知的財産権の侵害を助長する行為や、絶滅が危惧されている動物や児童ポルノの購入など、購入自体が違法とまでは言い切れない場合であっても、それら違法な商品の製作や流通を助長する消費活動を行わないよう消費者に求めるものである。
- 7 「消費生活の安定及び向上に関する施策に協力する」
施策に対する意見表明、行政の調査への協力、不当表示や悪質商法についての行政への通報などが考えられる。

< 参考 >

消費者基本法

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（消費者団体の役割）

（消費者団体の役割）

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。

[趣 旨]

消費生活の安定及び向上を図る上での消費者団体の重要性にかんがみ、その役割を規定しているものである。

[解 説]

消費生活の安定及び向上を図る上で、消費者自身の役割が重要であるが、消費者個人は、事業者に対して情報力や交渉力の面で不利な立場にあり、自ら必要な情報を入手あるいは被害の救済を求めること等において限界があることから、消費者団体が、消費者の健全かつ自主的な組織活動を通じて消費者利益を確保する役割を果たすことを規定している。

消費者団体は、その多様な活動形態等に応じて、本条に例示する活動その他の消費生活の安定及び向上を図るための活動に努める必要がある。

また、消費者団体の活動の重要性にかんがみ、第12条において、県は「消費者団体の自主的な活動の促進」に必要な施策を講じることを規定している。

[解釈及び運用]

1 「消費者の被害の防止及び救済のための活動」

例えば、簡易な相談に対応する、市町村や県の相談窓口を紹介するなど、消費生活に関する身近な相談窓口として機能することなどが考えられる。

< 参考 >

消費者基本法

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。

第九条（環境への配慮）

（環境への配慮）

第九条 県は、消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施に当たっては、消費生活が環境に及ぼす影響に配慮するものとする。

- 2 事業者は、商品又は役務の供給に当たっては、環境への負荷の低減に努めなければならない。
- 3 消費者は、商品の選択、使用及び廃棄並びに役務の選択及び利用に当たっては、環境への負荷の低減に配慮するよう努めなければならない。

[趣 旨]

環境への負荷の少ない持続的発展が可能な経済社会を目指すため、県・事業者・消費者の消費生活における環境への配慮について規定しているものである。

[解 説]

環境への配慮に関しては、千葉県環境基本条例に、県の責務として「環境の保全を図るため、基本的かつ総合的な施策を策定し、及び実施する。」、事業者の責務として「事業活動を行うに当たっては、これに伴って生ずる公害を防止し、環境への負荷の低減に努め、又は自然環境を適正に保全するため、その責任において必要な措置を講ずる。」、県民の責務として「環境の保全上の支障を防止するため、その日常生活において、環境への負荷の低減に配慮し、公害の防止及び自然環境の適正な保全に努めなければならない。」等と規定している。

しかし、すべての県民が消費者であると言っても過言ではなく、消費生活が環境に及ぼす影響は非常に大きいと考えられ、また、環境への負荷の少ない持続的発展が可能な経済社会の実現には、県のみならず事業者と消費者の果たす消費生活における環境保全の役割が重要であることにかんがみ、本条のとおり消費生活における環境への配慮について規定するものである。

[解釈及び運用]

1 「環境への負荷の低減」

省エネルギー機器や低公害車の購入・アイドリングストップ・グリーン購入等の地球温暖化防止対策、3R（リデュース・リユース・リサイクル）の取組みやマイバックの普及等の循環型社会の形成などが考えられる。

第十条（基本計画）

（基本計画）

第十条 知事は、消費生活の安定及び向上に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、消費生活の安定及び向上に関する基本的な計画（以下「基本計画」という。）を定めなければならない。

2 基本計画は、次の各号に掲げる事項について定めるものとする。

一 消費生活の安定及び向上に関する施策についての基本的な方針

二 消費生活の安定及び向上に関し、総合的かつ計画的に講ずべき施策

三 前各号に掲げるもののほか、消費生活の安定及び向上に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

3 知事は、基本計画を定めるに当たっては、あらかじめ、その案を公表し、県民の意見を求めるとともに、千葉県消費者行政審議会（以下「審議会」という。）の意見を聴かなければならない。

4 知事は、基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

5 前二項の規定は、基本計画の変更について準用する。

[趣 旨]

本条例に基づく消費生活の安定及び向上に関する施策を総合的かつ計画的に推進していくため、基本となる計画を定めることとその手続きを規定したものである。

[解 説]

1 「千葉県消費者行政審議会」

千葉県行政組織条例第28条の規定により設置された知事の附属機関である。

担任する事務は、「消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施に関する重要事項を調査審議し、これに関し必要と認める事項を知事に答申し、又は建議すること並びに千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例（平成十九年千葉県条例第七十二条）第二十七条第一項の規定によるあっせん及び調停を行い、並びに同条例第二十八条の規定による訴訟の援助について審議すること」（平成20年6月1日改正施行後）である。

また委員は、学識経験を有する者10人以内、消費者を代表する者5人以内、事業者を代表する者5人以内、市町村を代表する者2人以内、県の職員1人から構成されている。

第二章 消費生活の安定及び向上に関する施策

第十一条（啓発活動及び教育の推進）

（啓発活動及び教育の推進）

第十一条 知事は、消費者の自立を支援するため、市町村、消費者団体、事業者、事業者団体等と連携し、又は協働して、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、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。

[趣 旨]

県が、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、情報の提供、消費者教育の充実に努めるべきことを規定したものである。

[解 説]

急激な技術革新、商品やサービスの多様化、販売方法の複雑化などにより、消費者問題はますます複雑多様化している。これに伴い、行政が、事業者を規制又は指導することにより消費者被害の救済や未然防止を図るだけでなく、消費者自身が消費生活を営む上で必要な知識や判断力を養い自主的かつ合理的な消費行動を行うことができるよう、啓発活動を推進し消費者教育を充実していくことの重要性が高まっている。そこで、消費者の自立を支援するため、県が市町村、消費者団体等と連携・協働し、消費者への啓発活動等を推進していくことを規定している。

情報が行き届かない人や自立が難しい人に効果的に情報を伝えるなど、消費生活の安定及び向上を図るためには、県のみならず関係機関が連携・協働して啓発活動を推進し、様々な場を通じ消費生活に関する教育を充実する必要がある。

特に、高齢者、未成年者、障害者等には、それぞれ特有の消費者被害が発生することが考えられることから、本条例第2条第3項の基本理念にかんがみ、啓発活動や消費者教育においても、高齢者、未成年者、障害者等本人だけではなく家族等の周囲の人にも十分に気をつけてもらうように啓発するなど、それぞれの特性に応じた配慮が必要である。

[解釈及び運用]

1 「消費生活に関する知識」

単に消費生活に役立つ知識や常識の範囲にとどまらず、消費者が消費者問題についての当事者意識をもち、主体的に行動するために必要な多角的、多面的な知識をいう。例えば、「食」の問題を取り上げる場合に、単に料理方法だけでなく、食品の品質、安全性、価格の問題等多角的な視点からのものの見方及びそれに関連する知識などを指す。

2 「消費生活に関する情報」

消費者が自主的で合理的な消費生活を営む上で必要とする情報であり、

- 一 商品やサービスについての安全性、品質、取引条件等に関する情報
- 二 消費者の被害及びその救済や予防に関する情報
- 三 環境への負荷の少ない行動、取り組み等に関する情報
- 四 その他、消費者が消費生活上の判断や行動のための前提として、必要とする情報等をいう。

3 「情報の提供」

消費者の求めに応じて必要な情報を提供するほか、不特定多数の消費者を対象にさまざまな媒体

を活用して、その時々にあった消費生活情報を提供することが考えられる。

- 一 個々の消費者に対する情報の提供としては、消費者相談に伴う情報提供や県消費者センターの展示フロア、資料閲覧室、ビデオ室における閲覧・貸出など。
- 二 不特定多数の消費者に対する情報の提供としては、県広報紙、パンフレット等の発行、県ホームページ掲載、ポスター、マスコミなどさまざまな媒体を活用することなど。

4 「消費生活に関する教育」

消費者が経済行為の主体としての基礎的な知識を身につけ、責任をもって意思決定を行うことができる能力を養い、また、消費者の行動が経済社会及び環境に及ぼす影響についても理解を深め、自主的かつ合理的に行動する「自立した消費者」を目指す教育をいう。

< 参考 >

消費者基本法

(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、経済的状况に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。

第十二条（消費者団体の自主的な活動の促進）

（消費者団体の自主的な活動の促進）

第十二条 知事は、県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。

[趣 旨]

消費生活の安定及び向上における消費者団体の活動の重要性にかんがみ、知事は、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進され、その役割を果たしていくことができるように必要な施策を講ずることを規定したものである。

[解 説]

「消費者団体の健全かつ自主的な活動」としては、消費者の権利を擁護し、消費生活の安定と向上を図るため自主的に推進する調査、研究、学習、啓発、消費者被害の防止や救済等が考えられる。

また「健全な活動」とは、消費生活の安定及び向上を図るための活動をいうものであり、消費者団体の名を借りて事業者等に不当に金銭を要求するなどの行為は「健全な活動」とは言えない。

「必要な施策」としては、例えば、消費者フォーラムの開催（消費者団体の活動・連携等の場）、消費者センターの開放（展示場所、会議室、研修室の提供）、消費者団体への情報の提供などが考えられる。

< 参考 >

消費者基本法

（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。

第十三条（試験、検査等の実施等）

（試験、検査等の実施等）

第十三条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、必要に応じて、商品の試験、検査等を行い、その結果についての情報を消費者に提供するものとする。

[趣 旨]

知事が、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、必要に応じて、商品について試験、検査等を行い、その結果を消費者に提供することを規定したものである。

[解 説]

規制緩和や科学技術の発達によって、商品やサービスは多様化、高度化しており、流通の拡大とも相まって、その安全性、品質、性能等について、消費者が自ら確認することは困難となっている。

商品やサービスに関する情報については、事業者が自ら消費者に提供すべきであるが、消費生活の安定及び向上を図るため、知事が、試験、検査等を行い、その結果を消費者に提供する必要がある場合があるので、これを定めたものである。

本条に基づいて試験、検査等を行う施設としては、県消費者センターが挙げられる。

同センターでは、消費者からの相談、苦情の処理のためのテストを行っているが、商品やサービスが多様化、高度化している中で、全てに対応できるように試験検査機器類を維持することは費用対効果の面からも現実的ではないと考えられる。

また、本条の規定をもって、商品の試験、検査等を県が完結すべきであるとは言えない。商品等の安全性等については、最終的には国が責任を持つべきであり、消費者基本法にも、国が試験、検査等を行う施設を整備する旨規定されている。県としては、本条例第38条（国の行政機関等との協力）の規定により、国の試験研究機関との連携を図ることが求められる。

したがって、県消費者センターは、自所で可能な試験検査等を行うとともに、必要に応じて国民生活センター等へ依頼する、他機関の試験検査等の情報を収集するなど、柔軟に機能していくことが考えられる。

[解釈及び運用]

1 「必要に応じて」

以下のような場合が考えられる。

- 一 消費者被害が多発する傾向があり、原因の究明が必要とされるもの
- 二 安全、品質、性能等について、県民の関心が強く、商品等の選択、使用等にあって適切な情報の提供が必要とされるもの
- 三 その他、消費者の生活環境の変化に着目した情報の提供が必要とされるもの

< 参考 >

消費者基本法

（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。

第十四条（施策等の公表）

（施策等の公表）

第十四条 知事は、毎年度、消費生活に関する相談の状況及び県が講じた消費生活の安定及び向上に関する施策について公表するものとする。

[趣 旨]

条例と基本計画の実効性を確保し、消費生活の安定及び向上を図るため、知事が毎年、消費生活相談の状況及び消費生活の安定及び向上に関する施策の内容を公表することを規定したものである。

[解 説]

「消費生活に関する相談の状況の公表」としては、県が毎年度とりまとめ、ホームページに掲載、報道発表等をしている「平成 年度消費生活相談について」などが考えられる。

「県が講じた消費生活の安定及び向上に関する施策の公表」としては、県消費者センターが毎年度とりまとめ、ホームページに掲載等をしている「平成 年度 事業のまとめ」などが考えられる。

第三章 商品等の安全等に関する施策

第一節 危害の防止

第十五条（危害の防止に関する調査等）

（危害の防止に関する調査等）

第十五条 知事は、事業者が供給する商品又は役務が消費者の生命、身体又は財産に対して危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認める場合は、速やかに必要な調査を行うものとする。

〔立入調査等 § 35〕

2 知事は、前項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該商品又は役務についてその安全性を明らかにするよう求めることができる。〔公表 § 36〕

3 知事は、必要があると認めるときは、第一項の調査の結果についての情報を県民に提供するものとする。

[趣旨]

商品又はサービスが消費者の生命、身体又は財産に対して危害を及ぼすおそれがある場合において、知事がこれを調査し、調査の結果の情報を県民に提供することにより、県民が自ら考え行動する手がかかりとなるよう、被害の発生、拡大の防止を目指す趣旨で規定したものである。

[解説]

1 調査等に関する規定を具体的かつ明確にして危害防止の実効性を確保するため、商品又はサービスが危害を及ぼすおそれがある場合において、知事が「必要な調査」を行うことを規定している。（第1項）

なお、本調査については、第35条に規定を設け「立入調査等」を行うことができることとし、第36条に規定を設け当該立入調査を拒否等したときは事業者名等を「公表」することができることとして実効性を担保している。

2 商品、サービスの安全性は、第一義的には、より多くの情報を保有する事業者によって説明されるべきであることから、安全性に疑いが生じた場合、知事が、第1項の調査の他、合理的な根拠を示す資料の提出等により安全性を明らかにするよう求めることができることを規定している。（第2項）

なお、この要求については、第36条に規定を設け当該要求を拒否等したときは事業者名等を「公表」することができることとして、実効性を担保している。

3 知事が、危害の防止のため必要があると認めるときは、第1項の調査の結果の情報を県民に提供することを規定している。（第3項）

[解釈及び運用]

1 「商品」

第2条（基本理念）の「解釈及び運用」に同じ。

2 「役務」

第2条（基本理念）の「解釈及び運用」に同じ。

3 「生命、身体又は財産に対して」

危害が及ぶ対象は、生命、身体又は財産に限られる。従って、教育・文化あるいはいわゆるポルノ雑誌による青少年への悪影響のように内面上の問題に関してはこれを対象としていない。

また、本条は、被害の発生、拡大を防止するために設けられる規定であるから、「財産」とは当

該危害の原因となる商品又は役務以外の財産を指す。

4 「危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある」

「危害」は、財産に関する「損害」を含む。

「及ぼし」は現に危害を及ぼしている状態をいい、「及ぼすおそれがある」とは、未だ危害を及ぼしてはいないが、将来危害を及ぼす蓋然性が高い状態をいう。

5 「必要な調査」

本条は、危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある特定の商品、役務について、事実関係等の調査を行うものであり、当該商品、役務について法的規制を加えるものではないので、法律に基づき許可され、あるいは安全基準に適合している商品、役務も対象となり得る。

具体的には、「県消費者センター受付の相談情報等の調査」、「市町村の消費生活相談窓口受付の相談情報等の調査」、「事業者への聞き取り」などが考えられる。

6 「必要があると認めるとき」

当該商品、役務が非常に高度で、専門性が高く、第1項の調査のみでは安全性を確認することが困難と認められるときなどが想定される。

7 「当該事業者」

安全性を明らかにするよう求める相手は、製造・輸入業者から最終段階の小売業者までのすべての事業者が含まれる。この中から当該商品、役務の供給に最もかかわりの深い事業者を選んで行う必要がある。原則として製造業者であろうが、場合によっては、その製造を指示した流通業者も対象となり得る。

8 「その安全性」

商品又は役務が消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼさないこと、又は及ぼすおそれがないことをいう。

9 「明らかにするよう求める」

安全性を明らかにすることは、商品等に関する情報を多く保有している事業者が行うことによつて可能となるものであり、第一義的に事業者が行うべきものである。また、事業者に安全性を明らかにするよう求めることによつて、危害を及ぼす原因をさらに明確に分析・把握することが可能となり、より効果的な危害防止の措置を実施することができると考えられる。

10 「情報を県民に提供する」

報道発表や県ホームページへの掲載などが考えられる。

第十六条（危害の防止に関する勧告等）

（危害の防止に関する勧告等）

第十六条 知事は、前条第一項に規定する場合において、危害を防止するために措置を講ずる必要があると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、当該事業者に対し、その措置を講ずるよう指導又は勧告をすることができる。〔立入調査等 § 35、公表 § 36〕

2 知事は、前項の指導又は勧告を行うに当たり、必要があると認めるときは、審議会の意見を聴くものとする。

3 知事は、第一項の規定により勧告をした場合において必要があると認めるときは、当該事業者に対し、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。

〔公表 § 36〕

〔趣 旨〕

知事が、危害の防止に関する調査の結果、危害を防止するために必要があると認めるときは、当該商品又はサービスの供給にかかわる事業者に対して、危害を防止するために必要な措置を講ずるよう指導又は勧告することを規定したものである。

〔解 説〕

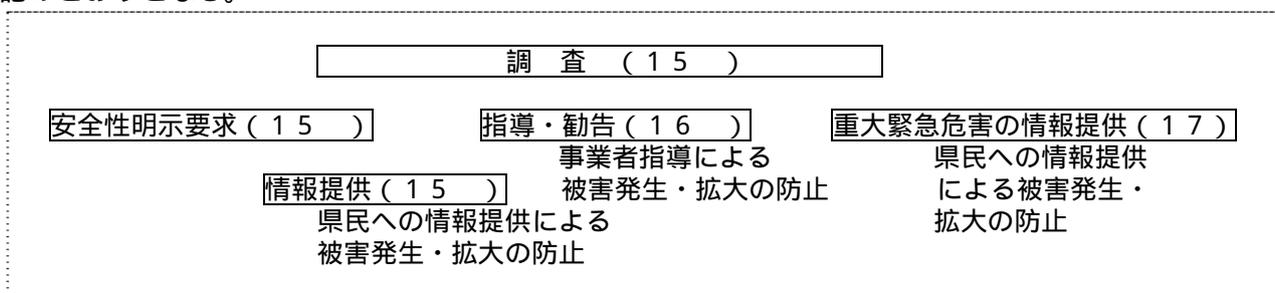
危険な商品の排除を定めた法令は数多くあるが、その多くは、個別商品ごとに、安全基準や品質基準を設け、これに適合しない商品を排除するという方法をとっている。したがって、法令による基準が定められていない場合は、危害を及ぼしても規制の網からもれることもある。そのような場合に対処するため、知事は、危険な商品又はサービスに係る指導又は勧告をすることができることを規定している。

第1項の指導又は勧告をするに当たっては、第35条に規定を設け「立入調査等」を行うことができることとし、第36条に規定を設け当該立入調査を拒否等したときは事業者名等を「公表」することができるとして実効性を担保している。

第2項では、知事が、行政措置の公平性、公正性を確保するため必要があると認めるときは、指導又は勧告を行うことやその内容等について審議会の意見を聴くこととしている。

なお、第3項の報告要求は「勧告」の場合を規定しているが、勧告の実効性を担保するため勧告に従わない場合はその旨を公表できる（第36条）としていることから特に明記しているものであって、「指導」の場合に報告を要求することを排除する趣旨ではない。

第15条による調査等、第16条による指導・勧告、第17条による情報提供の関係を図示すると下記のとおりとなる。



〔解釈及び運用〕

1 「法令に特別の定めがある場合を除き」

本条と同趣旨の措置を定める法令により措置された場合はもちろん、法令により措置されるべき場合も、本条は適用されない。例えば、「食品衛生法」に規定する食品、添加物、器具、容器包装

については同法第6条、第10条及び第16条等に危害防止に関する包括的な規定を設け、その違反に対しては、同法第54条等により廃棄その他の食品衛生上の危害を除去するために必要な措置をとることを命じることができる等としており、これら法令によるより強力な措置がとられることから、本条の適用の余地はないと考えられる。

その他同趣旨の措置を定める法令としては、

「薬事法」(医薬部外品、化粧品、医療機器)

「消費生活用製品安全法」(家庭用圧力なべ等特定製品等)

「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」(洗剤など家庭用品)がある。

2 「その措置」(危害を防止するための措置)

製造若しくは販売又は提供の中止、製造又は提供方法の改善、新聞等を使用した危険情報の周知などが考えられる。

(関係法令の条文)

「食品衛生法」第54条～第56条(廃棄処分、許可の取消し、営業の禁止又は停止)

「薬事法」第69条の3、第70条(緊急命令、廃棄等)

「消費生活用製品安全法」第32条、第39条(危害防止命令)

「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」第6条第2項(回収命令等)

第十七条（重大緊急危害の情報提供）

（重大緊急危害の情報提供）

第十七条 知事は、第十五条第一項に規定する場合において、その危害が重大であり、かつ、その危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、当該商品又は役務の名称、当該事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な情報を直ちに県民に提供するものとする。〔立入調査等 § 35〕

〔趣 旨〕

知事は、消費者の生命、身体に重大かつ緊急な危害発生のおそれがあるとき、危害の発生を防止するため、必要な情報を県民に提供することを規定したものである。

〔解 説〕

本条適用の要件は、「危害が重大」及び「緊急の必要」が同時に満たされることである。「危害が重大」とは、死亡、後遺症はもちろんのこと、相当の健康、身体被害の発生及び広範囲にわたる被害の発生と考えられる。また、「緊急の必要」とは、早急な防止措置をとらなければ同種の被害が続発することが十分予測される場合と考えられる。

〔解釈及び運用〕

1 「法令に特別の定めがある場合を除き」

本条と同趣旨の規定として、例えば「消費生活用製品安全法」第36条の「主務大臣による重大製品事故の公表」が挙げられる。この措置と本条の要件は、ほぼ同様と考えられ、本条の要件が満たされるときは、両方の措置の要件も同時に満たされることになる。このような場合、法律による対応の方が強力かつ確実と考えられるから、まず国に対して措置要請を行う必要がある。

なお、同法は、製造、輸入業者のみを対象としているので、小売、流通業者等については本条が発動される余地がある。

また、サービス（役務）については同法の対象外のため、県が重大危害を把握した場合に県民へ情報提供する必要がある。本条が発動される場合としては、例えば、新開発の食品による窒息事故等の発生、エステティックによる火傷の多発や美容外科施術による後遺症の多発などが想定される。

（関係法令の条文）

「消費生活用製品安全法」第32条（危害防止命令）、第36条（主務大臣による公表）、第39条（危害防止命令）

「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」第6条第2項（回収命令等）

「食品衛生法」第8条、第17条（販売等の禁止、告示）

第十八条（商品等の提出）

（商品等の提出）

第十八条 知事は、前三条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、必要な数量の商品又は当該事業者が役務を提供するために使用する物若しくは当該役務に関する資料の提出を求めることができる。〔公表 § 36〕

2 知事は、前項の規定による提出を受けたときは、当該事業者に対し、正当な補償を行うものとする。

〔趣 旨〕

商品又はサービスによる危害に関して、調査、安全性の確認、指導、勧告などを行うにあたっては、第35条の「立入調査等」による現地調査のみでは確認が困難な場合に、商品そのものやサービスに関する物、資料などの現物が必要になることが考えられることから、知事が必要な限度において商品等の提出を求めることができることを規定したものである。

〔解 説〕

本条による商品等の提出の要求については、第36条に規定を設け、提出をしない場合等は事業者名等を「公表」することができるとして実効性を担保している。

〔解釈及び運用〕

1 「役務を提供するために使用する物」

具体的な例としては、

- (1) エステティックの施術の際に使用する機器、用具、用材、化粧品、食品
 - (2) パーマ等理美容に使用する機器、用具、用材、化粧品
 - (3) クリーニングの際に使用する機械、洗剤、溶剤
 - (4) 会員制クラブ（スポーツクラブ、リゾートクラブ）の施設、スポーツ用具等
- が考えられる。

2 「当該役務に関する資料」

エステティック、会員制クラブ、旅行サービスなどに係る広告、パンフレット、約款等の契約関係書類、施術マニュアル等が考えられる。

3 「正当な補償」

本条の規定により事業者から商品等を提出させたときにおいて、当該提出により事業者に損失が生じた場合は、当該損失について正当な補償を行うことになる。なお、損失は商品等の提出によって通常生じる損失に限定される。

この正当な補償とは、合理的に算出された相当な額、すなわち、諸般の事情を考慮して相当と認められる価格を補償することをいう。本条の場合、商品等の客観的価値（市場価格、時価を原則とする）を基準として補償すべきものと解する。

第二節 規格、表示、包装等の適正化

第十九条（規格、表示、包装等の適正化）

（規格、表示、包装等の適正化）

第十九条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、事業者が供給する商品又は役務について、品質その他の内容の向上、消費生活の合理化及び流通の円滑化を図るため、特に必要があると認めるときは、規格、表示、包装等の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。
- 3 知事は、第一項の規定により基準を定めたときは、これを告示しなければならない。
- 4 前二項の規定は、第一項の規定による基準の変更又は廃止について準用する。
- 5 事業者は、その供給する商品又は役務について、第一項の規定による基準に適合させるよう努めなければならない。

[趣 旨]

商品、サービスの品質その他の内容の向上、消費生活の合理化等は、事業者によって自主的に行われるものであるが、これらを図るため特に必要と認められる場合に、商品又はサービスについて、事業者が遵守すべき規格、表示、包装等の基準を知事が定めることを規定したものである。

[解 説]

現在、千葉県が定める基準としては、昭和 55 年 5 月に定められた「美容料金の店頭表示基準」がある。

県の基準の設定、変更又は廃止に当たっては、基準の必要性や内容等について、千葉県消費者行政審議会の意見を聴くものとしている。（第 2 項、第 4 項）

県の基準の設定、変更又は廃止があったときは、その旨を千葉県報に登載することによって告示される。（第 3 項、第 4 項）

事業者は、供給する商品、サービスについて、県の基準に適合させるよう努めなければならない。（第 5 条）

[解釈及び運用]

1 「法令に特別の定めがある場合を除き」

商品等の規格、表示等の適正化に関する法律としては、「不当景品類及び不当表示法（景品表示法）」、「工業標準化法（JIS法）」、「家庭用品品質表示法」、「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）」、「食品衛生法」、「薬事法」、「宅地建物取引業法」、「旅行業法」等がある。

法律の目的が同一でかつ対象が同一商品、サービスについて、法令で定める基準と異なる基準を条例で定めることは、違法となる場合もある。しかし、法令によって表示が義務付けられていない商品や、法令とは規制対象等が同一であっても目的が異なる場合等においては、条例で定めることが可能であると考えられる。

2 「特に必要があると認めるとき」

関係法令による表示制度及び事業者の自主基準等を考慮する意味である。

3 「規格」

商品の種類、名称、製造方法、品質、検査、試験方法などについて設定された公認の合理的基準のことをいう。

(関係法令：JAS法、食品衛生法、JIS法)

4 「表示」

包装又は容器にその商品の品質、主要原料、製造方法、格付、用途、使用及び保存方法等を一定の様式で示すことをいう。

(関係法令：JAS法、食品衛生法、家庭用品品質表示法)

5 「包装」

商品を運搬、輸送する時、商品を保護し、輸送に適した状態にするとともに、陳列効果、品質保持、消費者の取扱いを便利にする等の目的で個装する操作のことをいう。

(関係法令：容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律、景品表示法)

第三節 不当な取引行為の禁止等

第二十条（不当な取引行為の指定）

（不当な取引行為の指定）

第二十条 知事は、事業者が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を不当な取引行為として規則で定めることができる。

- 一 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することにより、消費者の意に反し、又は消費者に拒絶の意思表示の機会を明示的に与えることなく、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
 - 二 消費者の知識、経験及び財産の状況等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。
 - 三 消費者に対し、販売の意図を隠して接近し、商品若しくは役務の品質等に関する重要な情報を提供せず、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。
 - 四 消費者を威迫して困惑させ、若しくは迷惑を覚えさせるような方法で、又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 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、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 契約に基づく債務について、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、若しくは履行を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債務の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、若しくはいたずらに遅延させること。
 - 九 商品若しくは役務を販売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又は役務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「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、若しくはこれを締結させ、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迫り、若しくは当該債務の履行をさせること。
- 2 知事は、前項の規定により規則を定め、又は変更しようとするときは、審議会の意見を聴くものとする。

（不当な取引行為の禁止）

第二十一条 事業者は、消費者との取引に当たっては、前条第一項の規定により定められた不当な取引行為を行ってはならない。

[趣 旨]

両条は、事業者が行ってはならない不当な取引行為を定め、商品及び役務（サービス）に係る事業者と消費者の取引の公正と消費者被害の防止を図るための規定である。

多様なサービスの出現やIT化の進展等に伴い、電子商取引等の新たな取引形態に係わる消費者被害が急増している。また、法規制を意図的に脱法した悪質事業者による消費者被害も増加している。

国は、規制を緩和し、公正で明確な市場ルールを整備して事後監視機能を強化する行政施策を進めているが、構造的に発生する消費者と事業者との情報力や交渉力等の格差にかんがみ、消費者契約法等の新たな民事ルールを制定した。また、規制緩和推進のなかにおいても、悪質な事業行為や販売形態などには、これまで以上に厳しい規制が必要であるとして、特定商取引法や割賦販売法等を改正している。

千葉県では、苦情相談のうち訪問販売に関するものが激増し、販売方法が悪質化・巧妙化した状況を踏まえて、昭和63年3月に千葉県消費者保護条例について、不当な取引方法の規制措置や消費者への情報提供の充実等を新たに盛り込む大幅な条例改正を行ない、昭和63年7月に13の「不当な取引方法」を指定告示した。

しかしそれ以降、告示改正等を行われていなかったことから、県民が新たな不当な取引の被害にあわないために、また、事業者に不当な取引行為を行わせないために、経済社会状況の変化と消費者被害の実態をとらえ、千葉県消費者保護条例等を廃止し本条例を制定した際に両条のとおり規定したものである。

[解 説]

- 1 消費者に対する事業者の不当な取引行為には、いろいろな取引の場面でさまざまな態様がある。本条は、まず、9つの行為類型に分けて不当な取引行為を掲げ、これに該当する行為を「不当な取引行為」として規則で定めるものとした。あらたに悪質な手口が横行した場合に柔軟かつ迅速に対処できるよう、条例でおおまかな行為類型を規定し、規則で具体的な行為を規定するものとしている。（第20条第1項）
- 2 規則で具体的な内容を定める場合等は、公平性・中立性を確保するため審議会の意見を聴かなければならないことを規定している。（第20条第2項）
- 3 事業者に対し、規則で定める不当な取引行為を行ってはならない旨を規定している。（第21条）

また、両条の実効性を確保するために、以下の規定により調査、指導、勧告、情報提供、立入調査等、公表を行うこととしている。

- 不当な取引行為に関する調査等（第22条）
- 不当な取引行為に関する勧告等（第23条）
- 重大な被害についての情報提供（第24条）
- 立入調査等（第35条）
- 公表（第36条）
- 意見の聴取（第37条）

[解釈及び運用]

1 「不当な取引行為」

法律行為（契約など）、準法律行為（催告など）に限らず、事実行為（勧誘など）を含む行為全般を指し、犯罪行為や特定商取引法の禁止行為など、法律上の違法性の強いものを中核として、その外延にある信義則や公序良俗に反する取引行為等も包含する。不当な取引行為の中核となるものについては、当然、刑事法や特定商取引法の罰則の適用を受けることが考えられる。

- 一 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することにより、消費者の意に反し、又は消費者に拒絶の意思表示の機会を明示的に与えることなく、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- 二 消費者の知識、経験及び財産の状況等に照らして不適当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。

[趣 旨]

両号に規定する行為類型は、勧誘が開始される最初の段階において生じる消費者の自主性を害する勧誘行為等の不当性に着目したものである。

昨今の高齢者被害の事例にみられるように、事業者の勧誘方法はますます巧妙化しており、ひとたび勧誘が開始されると、それを拒否できない消費者も多い。こうした状況に対応するためには、事業者が行う勧誘行為のできるだけ早い段階で、消費者が望まない勧誘にさらされることのないようにすることが重要である。

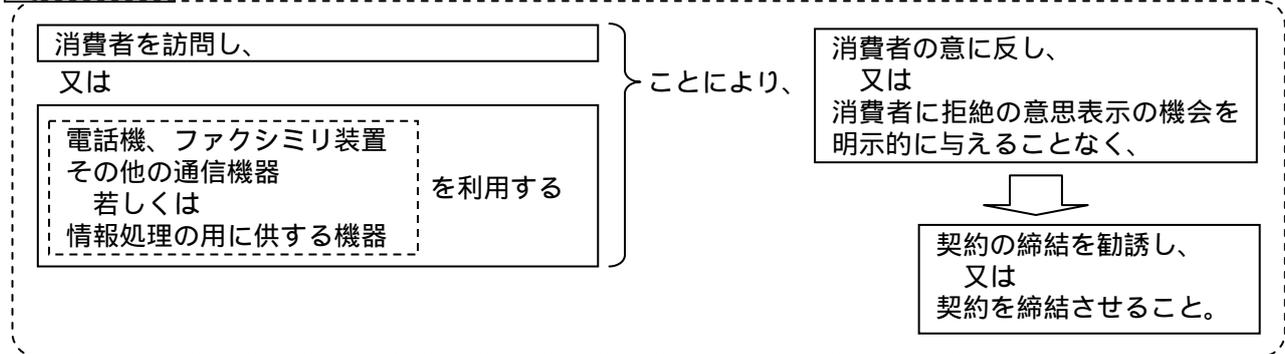
また、消費者の知識・経験・財産の状況等に適合した形で販売・勧誘が行なわれなければならない(「適合性の原則」)。

そこで、高齢者等の判断力の不足に乗じた契約の勧誘、消費者の取引に関する知識、経験及び財産の状況等に照らして不適当な契約の勧誘、消費者の望まない勧誘等、消費者の自主性を害する勧誘行為等を不当な取引行為とするものである。

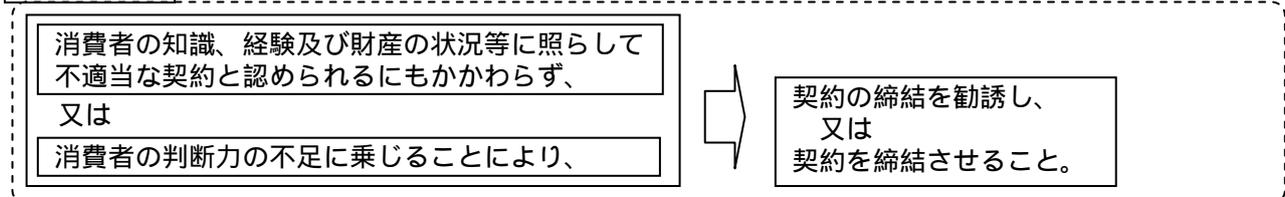
なお、第1号はあくまでも消費者の望まない勧誘を規制する趣旨であり、通常の営業活動としての訪問勧誘、電話勧誘等を禁止するものではない。

[解 説]

第1号の図解



第2号の図解



[解釈及び運用]

1 「消費者を訪問し」

消費者の住所、勤務先等を訪問することをいう。

- 2 「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」
電話、ファクシミリのほか、携帯電話やコンピュータの電子メール等をいう。こうした手段は、安価で手軽に多数の消費者に対して直接働きかけるという特性があることから、消費者の自主性が害されるおそれがあるため、本号で対象としているものである。
- 3 「消費者の意に反し、又は消費者に拒絶の意思表示の機会を明示的に与えることなく」
消費者の明示的な意思表示に反する場合はもちろん、必ずしも明示的でない場合であっても消費者の何らかの意思表示を無視することも消費者の意に反した勧誘行為である。
消費者が拒絶の意思表示をした場合は勧誘を継続すべきではないし、消費者の意思表示の内容について明確でないと感じたり疑問がある場合は、勧誘者が勝手に判断するのではなく、消費者本人にその内容を確認した上で勧誘を継続すべきかどうか判断するのが「消費者の自主性」を尊重した勧誘である。
- 4 「消費者の知識、経験及び財産の状況等に照らして不適当な契約と認められる」
定収入のない学生に対して、長期の分割払いを前提とした高額な契約を勧める、金融商品の取引経験が乏しい消費者に対して、仕組みが複雑でリスクも大きい金融商品を勧めるなど、消費者の知識・経験や財産状況等を考えると勧誘すること自体が不適当と認められる契約をいう。
事業者は、消費者との接触の過程で、当該取引が消費者のリスク等の判断能力や経済的な負担能力から見て適当かどうか判断できる立場にあるとの考えから、このような契約を勧誘することを本号で対象としているものである。
- 5 「消費者の判断力の不足に乗じる」
判断能力不足であるかどうかは個別の事案ごとに判断することとなる。
一般的には、高齢者、若年者、様々な知的ハンディキャップがある消費者などの場合が該当する。一定年齢以上の高齢者が直ちに該当するというものではなく、記憶力、計算能力、会話能力などの低下傾向や、無意味な契約を繰り返している行動態様などが判断材料となる。

(関係法令の条文)

「特定商取引法」

第7条、第22条、第38条、第46条、第56条(適合性原則違反、判断力不足)

第12条の3(電磁的方法による広告送付を拒否するものへの送信禁止)

第17条(拒絶の意を示した消費者への再電話勧誘の禁止)

「商品取引所法」 第215条(適合性原則)

「金融先物取引法」 第77条(適合性原則)

三 消費者に対し、販売の意図を隠して接近し、商品若しくは役務の品質等に関する重要な情報を提供せず、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。

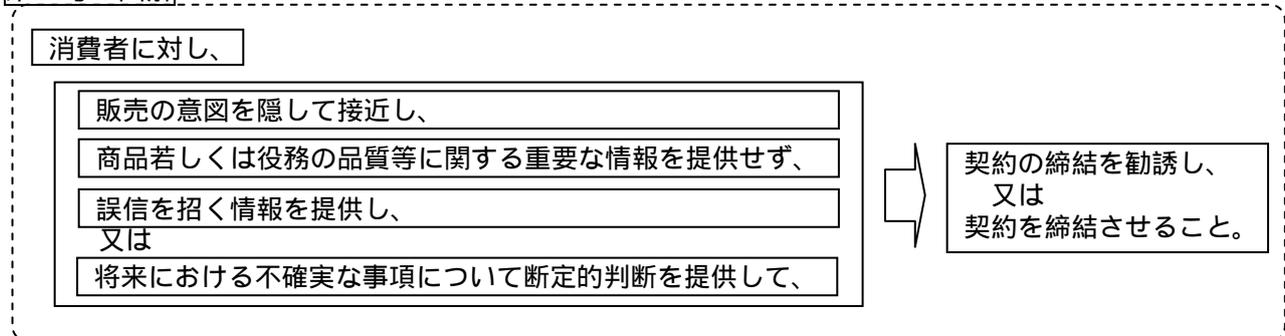
[趣 旨]

本号に規定する行為類型は、事業者が消費者を勧誘する際の情報提供をめぐる不当性に着目したものである。

年々複雑化している取引内容に関して、誘引・勧誘時に消費者に十分な情報を提供しなかったり、虚偽の情報を提供したり、断定的判断を提供することによって、消費者に事実と異なる認識を形成させ、その判断を誤らせて商品やサービスを購入させることを不当な取引行為とするものである。

[解 説]

第3号の図解



[解釈及び運用]

1 「販売の意図を隠して接近し」

事業者が最初に消費者に契約についてアプローチする際に、即ち、街頭キャッチ、電話によるアポイント、メール、広告、チラシ等において、意図している商品等の販売について触れず、単に「抽選に当たった」とか「無料サービス」、「チャリティ」等を強調することを指す。

2 「重要な情報」

消費者が商品やサービスを購入する際に、そのことを知っていれば異なる判断や対応をしたと思われるような情報を指す。

3 「誤信を招く情報」

虚偽の情報はもとより、消費者に誤信を与える表現等を含む。

4 「将来における不確実な事項について断定的判断を提供」

勧誘時や契約締結時点において、客観的な事実により事実であると判断することができない情報を、真実であるかのように断定することをいう。

四 消費者を威迫して困惑させ、若しくは迷惑を覚えさせるような方法で、又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。

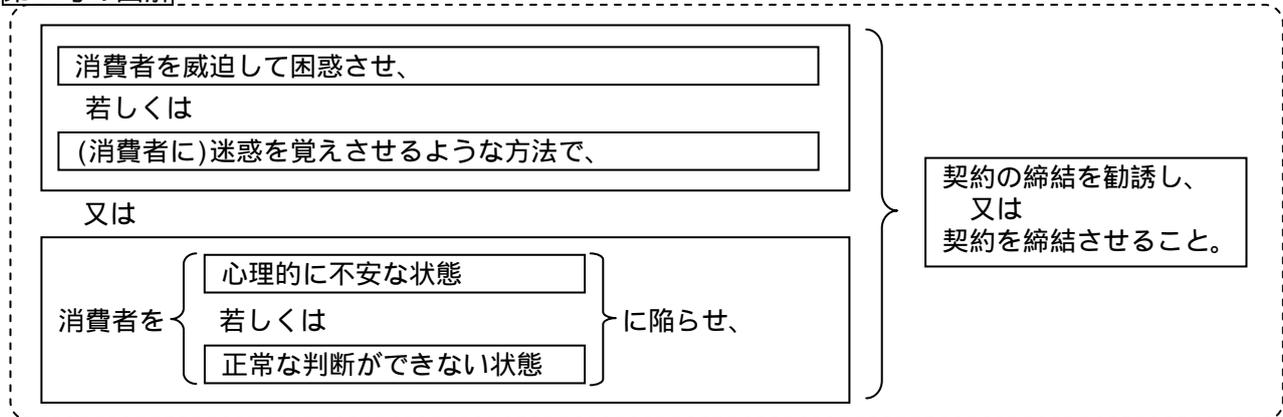
[趣 旨]

本号に規定する行為類型は、契約に至る消費者の意思決定過程における勧誘行為等の不当性に着目したものである。

契約を締結するか否かは、消費者の自由な意思により決定されなければならない。外部から強制力が加わってはならない。強制力の例としては、威圧的言動、長時間の執ような勧誘、「このままでは家が潰れる。」等と言って消費者を不安に陥れたり、精神的に追い詰めて正常な判断ができない状態に陥れる等の行為がある。これら外部からの強制行為を不当な取引行為とするものである。

[解 説]

第4号の図解



[解釈及び運用]

1 「威迫して困惑させ」

脅迫までは至らないが、著しい不利益や危害をこうむることを予測させるような言動等により強い不安感を持たせたり、困惑させることによって、消費者の自由な意思決定を損なわせるような言葉や動作を指す。

2 「心理的に不安な状態」

現在又は将来に向けて、消費者の経済面、健康面等の生活上の不安や弱点につけ込み、又は消費者を、不安をかきたてられる状態に陥れることをいう。日頃から不安を感じている消費者をより不安に陥れることと、日頃は特に不安を感じていない消費者を不安に陥れることの両方を含む。

2 「正常な判断ができない状態」

病気療養中のとき、仕事や家事で取り込み中のとき、催眠状態のとき、精神的に追い詰められ通常の冷静な判断ができなくなっているときなどが含まれる。

五 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。

[趣 旨]

本号に規定する行為類型は、契約時における契約内容の不当性に着目したものである。

本来、契約内容は契約自由の原則により、消費者と事業者の双方合意により決められるが、現実には、事業者があらかじめ用意した契約書・約款により契約が締結されることが少なくない。

ここでは、信義誠実の原則に反して消費者の利益を一方的に害する条項、事業者が当然負うべき責任を免除するなどの条項、高額な損害賠償金を定めた条項や過量販売の契約等、消費者に不利な契約内容等で契約をさせる行為を不当な取引行為とするものである。

[解釈及び運用]

1 「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」

民法や商法、消費者契約法、その他の法令や信義則に反して、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重するなど、不当性が高いことに起因した不利益をいう。例えば、消費者契約法第8条～第10条に規定されている無効となる条項などがあり、具体的には、法令で定められた率の上限を超えた利息の請求等がこれに当たる。

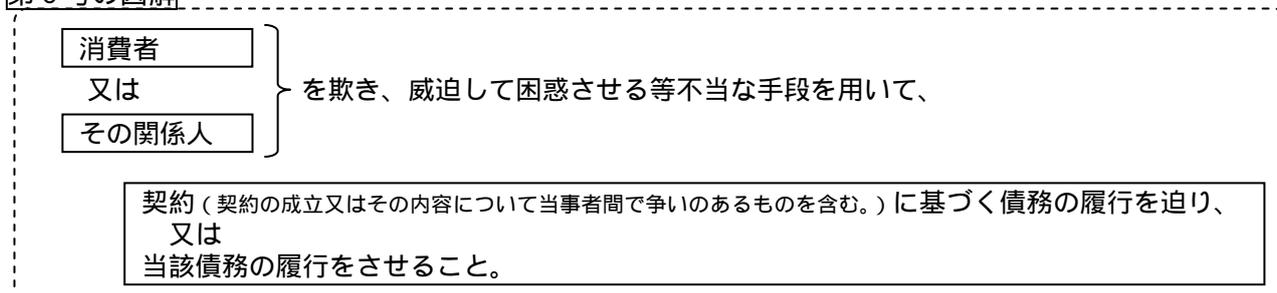
六 消費者又はその関係人を欺き、威迫して困惑させる等不当な手段を用いて、契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を迫り、又は当該債務の履行をさせること。

[趣 旨]

本号に規定する行為類型は、契約の締結により生じた消費者側の債務（代金の支払等）の履行に際して、事業者の不当な言動等に着眼したものであり、虚偽や威圧的な言動により圧力をかけ、履行を強制する行為を不当な取引行為とするものである。

[解 説]

第6号の図解



[解釈及び運用]

- 1 「関係人」
契約上の保証人だけでなく、消費者の親族、職場の上司・同僚、近所の人なども含む。
- 2 「威迫して困惑させる」
第4号の「解釈及び運用」に同じ。
- 3 「契約の成立について当事者間で争いのあるもの」
「アンケートに答えたところ、一方的に契約したとされた」、「断るつもりで“結構です”と言ったら、契約に合意したとされた」等のように当事者間に契約の合意が形成されておらず、紛争になっているケースを指す。

七 契約に基づく債務について、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、若しくは履行を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債務の履行を中止すること。

[趣 旨]

本号に規定する行為類型は、事業者側が、契約の締結により生じた履行義務を意識的に回避・拒否あるいは遅延させたなどの不当性に着目したものである。

事業者の中には、当然、履行すべき義務を全く果たさなかったり、不完全なまま放置したりして、消費者に多大な損害を与えるケースがしばしばある。

ここでは、事業者の意思に基づく義務の不履行、不十分な履行、履行の引き延ばし、履行条件の一方的変更、履行拒絶、履行打切りなどを不当な取引行為とするものである。

[解 説]

第7号の図解

契約に基づく債務について、
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

履行を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債務の履行を中止すること。

[解釈及び運用]

1 「適切な処理をせず」

消費者からの契約における債務履行がない旨の苦情に対して、あいまいな返事をする、担当者が不在だといって引き延ばす等の事業者の行為をいう。

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、若しくはいたずらに遅延させること。

[趣旨]

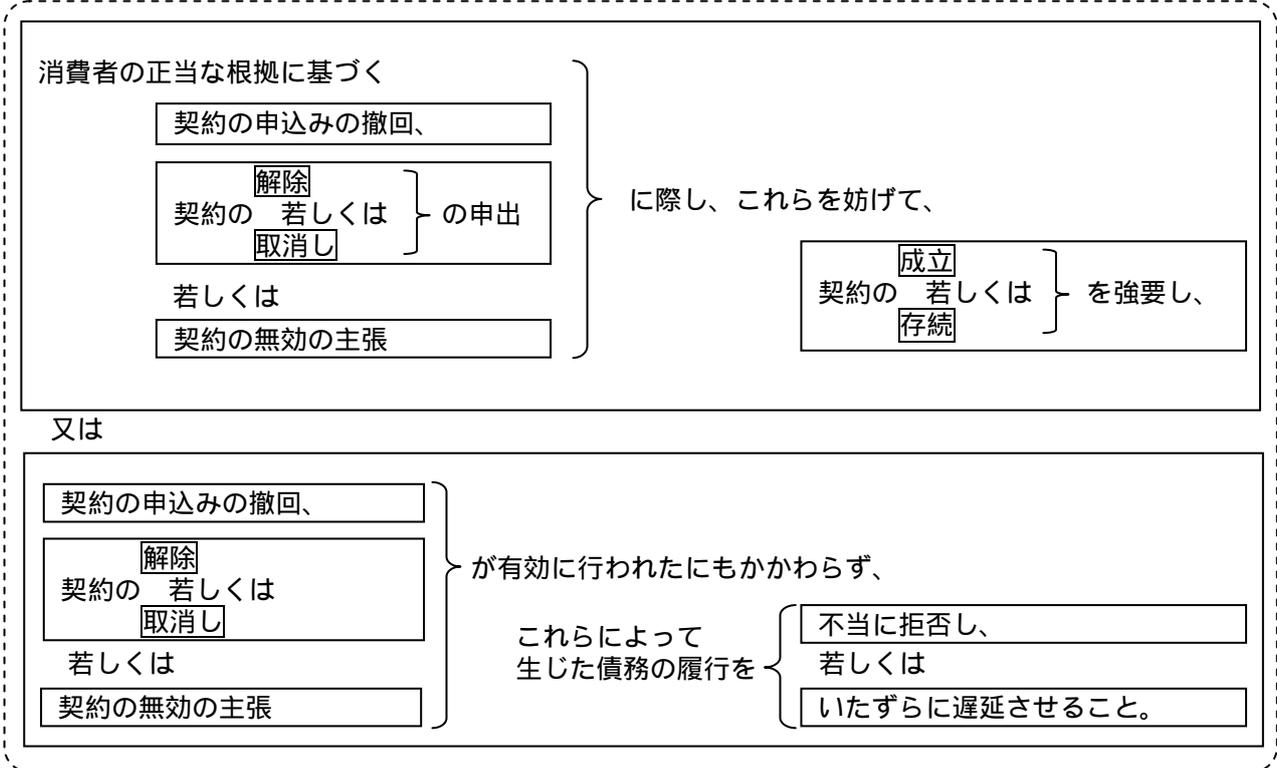
本号に規定する行為類型は、契約の解除等に関する部分についての不当性に着目したものである。

前段では、消費者からの正当な根拠に基づく契約の解除等を妨げること、後段では有効に行われた解除等により生じた債務の履行を遅延させることを不当な取引行為とするものである。

前段は「正当な根拠に基づく」クーリング・オフ制度、約定解除、法定の取消等を対象とし、後段は「正当な根拠に基づく」という限定がないので、前段であげたものに合意解除を加えて対象としている。

[解説]

第8号の図解



[解釈及び運用]

1 「これらによって生じた債務」

契約の解除等の結果、事業者¹に義務付けられた消費者に対する債務を指し、具体的には既払い金の返還と工作物等の原状回復義務などがある。

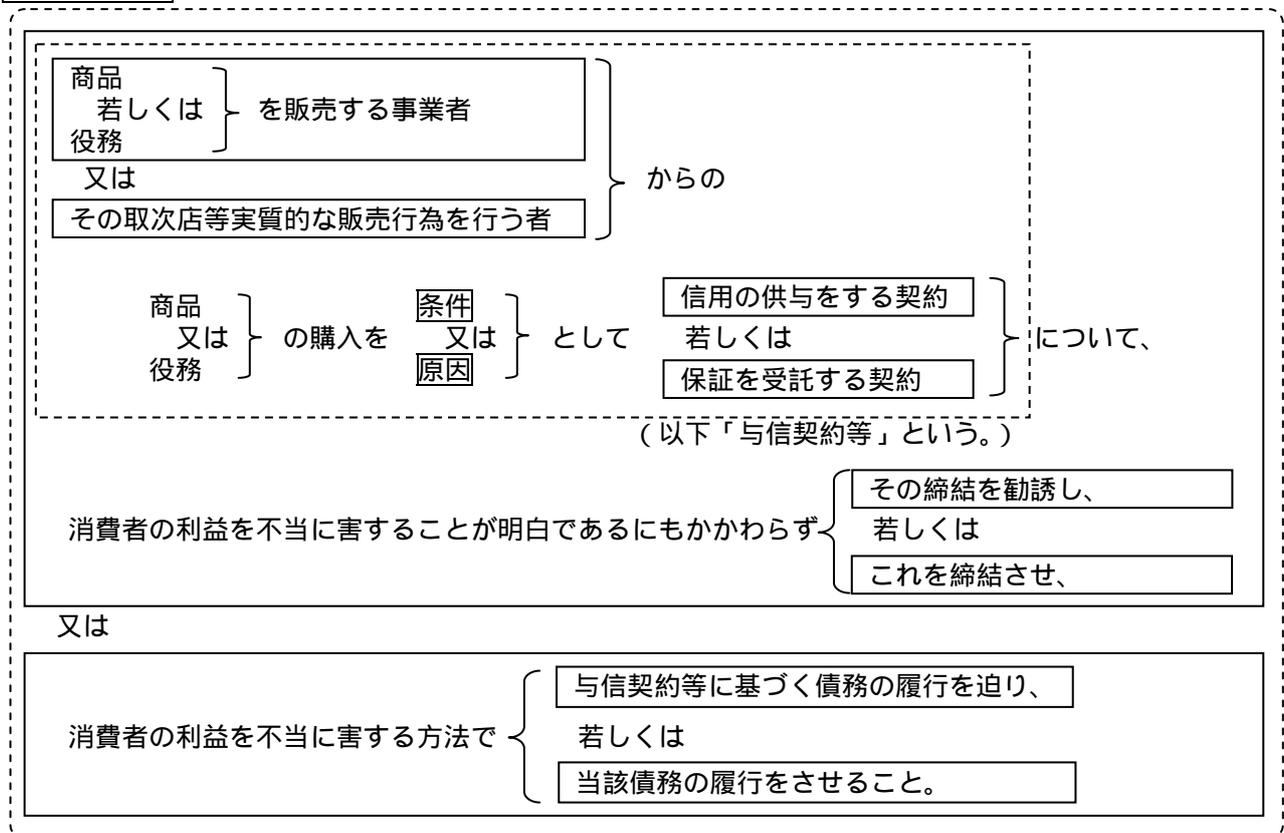
九 商品若しくは役務を販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品又は役務の購入を条件又は原因として信用の供与をする契約若しくは保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくはこれを締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは当該債務の履行をさせること。

[趣旨]

本号は、消費者が商品又はサービスを購入するに際して、その債務の弁済に充てるための与信業者による消費者への信用の供与をする契約に伴う不当な取引行為を定めたものである。

[解説]

第9号の図解



[解釈及び運用]

1 「実質的な販売行為を行う者」

信販会社等の与信業者と加盟店契約を結んで消費者と直接取引を行う販売業者が、販売部門を別会社として分離し、実質同一会社でありながら、代理店や取次店として別法人にしている実態も多いことから、それら当該販売業者の他、実質的に販売部門を担っている事業者も対象としている。

2 「条件又は原因として」

「条件」は、民法でいうそれと同義であり、「条件として」とは、消費者と与信業者との間の与信契約の効力の発生を、消費者と販売業者との間の商品又はサービスの売買契約の効力の発生にかからせることを意味する。

「原因として」とは、与信契約が、消費者が商品又はサービスを購入するに際して発生する代金返済の債務弁済のためになされるものであることをいう。

「又は原因として」としたのは、例えば、割賦購入あっせん業者との立替払契約ではなく、貸金業者との間で金銭消費貸借契約を結んだ場合等、売買契約と与信契約との間に、売買契約による債務の弁済のために与信契約が締結されるという関係がある場合一般も、本類型の対象であることを確認的に明確にしたものである。

3 「信用の供与」

信用の供与（与信）とは、消費者の信用に基づき、代金の立替払、資金の貸付け、債務保証等を行うことをいう。

与信業者には、信販会社、貸金業者、銀行のほか、保険会社などの金融機関が想定される。

4 「保証を受託する契約」

手数料を取って保証することを業として請け負う事業者と結ぶ委託契約のことである。

5 「与信契約等」

本号が適用される多数当事者の関係する与信契約には、個品割賦購入あっせん、総合割賦購入あっせん、各種クレジットカード取引、消費者リース、保証委託型クレジット（信販会社の保証の下に保険会社等が消費者に金銭を貸し付ける契約）、他の金銭消費貸借契約などが含まれる。

6 「消費者の利益を不当に害することが明白」

商品、サービスの販売業者が本条1号から5号までに關して規則で定めた不当な取引行為を行っているにもかかわらず、与信業者が消費者と与信契約を締結することは、このような販売業者による不当な行為を助長することになる。そのような販売業者の不当な行為が行われていることが明白な場合に、与信業者が与信契約を勧誘したり、締結したりすることは、消費者の利益を不当に害する行為といえる。

契約内容や条項が信義則に反して消費者に著しく不当な不利益をもたらすものである場合も、同様である。したがって、例えば、不要な商品やサービスの過量販売であることも含まれる。

また、与信業者が販売業者の営業方法等について適切な審査を行い、又は管理を行っておけば当該販売業者が行う不当な取引行為について知り得ることができたにもかかわらず、これを怠っていた場合も、ここに含まれる。

個品割賦購入あっせんについては、経済産業省の行政指導により、適切な加盟店の管理を行うように指導されている。本号は、個品割賦購入あっせん以外の多数当事者が関与する与信契約についても、与信業者に販売業者の行為についての一定の管理を求めるものである。

7 「消費者の利益を不当に害する方法」

割賦販売法第30条の4は、個品割賦購入あっせんの場合に、販売業者に対して主張しうる抗弁を消費者は信販会社に対しても主張して、立替金返還債務の弁済を拒むことができるとしている。すなわち、同条においては、割賦販売に係る販売業者が商品を引き渡さない等の債務不履行があった場合や商品に瑕疵があった場合等に、そのことをもって消費者は、与信業者からの支払い請求に対して抗弁できるとされている。本号においては、消費者が同条や約款等の規定に基づいて抗弁をしているにもかかわらず、与信業者が、消費者やその保証人、親、子、兄弟姉妹、親戚、友人等の関係人に、不当な手段により債務の履行を迫る行為を対象とするものである。

一方、現実には、割賦販売法第30条の4の適用されない商品やサービス、また適用されないタイプの与信契約の場合においても、契約条項として抗弁の対抗を認める規定が置かれている場合がある。このような場合に、法律又は契約に基づく消費者からの抗弁の対抗の主張に対して、不当な手段により、債務者本人やその関係人に債務の履行を迫ることは不当な取引行為にあたる。

与信業者に対する抗弁の対抗が認められない場合であっても、与信業者による債務の取立方法が、

消費者又はその関係人を威迫し、私生活の平穩を害するような言動により、又は正当な理由がないにもかかわらず消費者の不利益になる情報を信用情報機関に通知する等の言動を用いて心理的圧迫を与えて、与信債務の履行を強要するといった場合は、与信業者と消費者等との二当事者関係の問題として、本条第6号の対象となる。

第二十二條（不当な取引行為に関する調査等）

（不当な取引行為に関する調査等）

第二十二條 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場合は、速やかに必要な調査を行うものとする。〔立入調査等 § 35〕

2 知事は、前項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該行為の正当性を示す資料の提出を求めることができる。〔公表 § 36〕

3 知事は、必要があると認めるときは、第一項の調査の結果についての情報を県民に提供するものとする。

[趣 旨]

県内の消費生活センター等から得られた情報の中に、条例・規則で規定した不当な取引行為に該当すると疑われる行為が見られる場合、真に違反行為が行われているか、それはどのような違反行為かを確認するため、知事がこれを調査し、調査の結果の情報を県民に提供することにより、県民が自ら考え行動する手がかりを提供することで、被害の発生、拡大の防止を目指す趣旨で規定したものである。

[解 説]

1 不当な取引行為は、通常、商品の店舗販売のように大量、均一的に行われることが少ないことから、消費者にとっては情報不足や不意打ち性を余儀なくされ、しかも、販売員のセールストークが大きな意思形成の要素となる傾向がある。このため、不当な取引行為やこれによる被害は、一旦被害にあえば事後の立証が困難となり、被害回復という点で、消費者が不利な状況に置かれやすい、消費者の知らない間に広がり、被害が広範にわたっているなどの情報が表面化しない、といった特質があると言える。

こうしたことから、不当な取引行為については、不当な取引行為が行われている疑いのある段階での事前的、一般的な調査を行うことができる規定を設けた。

本条例に明文の規定がなくとも、消費者行政の遂行上、一般的な調査を行うことが否定されるわけではないが、不当な取引行為及びこれによる被害の特質にかんがみ、早い段階で調査ができることを明確にし被害防止の一助とするため、明記したものである。（第1項）

調査の方法としては、市町村の消費生活相談窓口等に対する事例照会や事情聴取、事業者や苦情を申し出た消費者に対する事情聴取が考えられるほか、第35条の規定により、事業者に対する報告要求や立入調査等も可能である。

2 事業者が、不当な取引行為を行った疑いがあり、その判断をするために必要な場合には、知事が当該事業者に対して、行った行為が不当な取引行為ではないことを合理的に示す資料の提出を求めることができることを規定した。例えば、商品の性能について虚偽の説明等をして販売した疑いがある場合、説明等をした性能がその商品にあることを合理的に示す資料等の提出を求めることが考えられる。（第2項）

3 不当な取引行為及びこれによる被害の特質を考えると、できるだけ早い段階において、消費者に的確な情報を速やかに提供することは、被害防止を図るための有効な手段となることから、消費者に対して注意を喚起し被害の未然防止・拡大防止を図るため、必要がある場合は、調査の結果についての情報提供を行うこととしている。（第3条）

[解釈及び運用]

1 「疑いがあると認める場合」

例えば、県消費者センター等に寄せられた相談苦情その他職務上知りえた情報の中で、情報量が

不足していたり、内容が定かでないものであっても、不当な取引行為に及ぶおそれがあればよいと考えられる。

2 「必要な調査」

必要な調査としては、次のようなものが考えられる。

(1)事業者に対する調査

設立・組織・事業内容、財務会計状況、販売方法（勧誘・契約・履行・解約）、契約書、約款、関係書類（宣伝パンフレット等）、商品・役務内容、苦情処理状況等

(2)被害者（消費者）に対する調査

被害者の属性、勧誘・契約・履行・解約の状況、契約書、約款、関係書類（宣伝パンフレット等）、購入品・役務等の履行状況、苦情申出内容と事業者の対応等

(3)関係機関・団体に対する調査

関係情報の収集（収集先：国、地方公共団体、警察、業界団体、信用情報機関等）

3 「必要があると認めるとき」（第3号）

県内において不当な取引行為によると思われる被害が発生しており、放置すれば被害の拡大が予想される場合、または、県外において被害が発生しており、放置すれば県内にも被害の発生が予想される場合をいう。

第二十三条（不当な取引行為に関する勧告等）

（不当な取引行為に関する勧告等）

第二十三条 知事は、事業者が不当な取引行為を行っていると認める場合は、法令に特別の定めがある場合を除き、当該事業者に対し、不当な取引行為の改善を行うよう指導又は勧告をすることができる。〔立入調査等 § 35、公表 § 36〕

2 知事は、前項の指導又は勧告を行うに当たり、必要があると認めるときは、審議会の意見を聴くものとする。

3 知事は、第一項の規定により勧告をした場合において必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該勧告に基づいて行った改善の内容について報告を求めることができる。〔公表 § 36〕

[趣旨]

事業者が不当な取引行為を行っている場合、知事が事業者に対し、指導又は勧告をすることができる旨を定めたものである。

[解説]

第1項の指導又は勧告をするに当たっては、第35条に規定を設け「立入調査等」を行うことができることとしている。また、第36条に規定を設け当該立入調査を拒否等したときは事業者名等を「公表」することができるとして立入調査等の実効性を担保している。

第2項では、知事が、行政措置の公平性、公正性を確保するため必要があると認めるときは、指導又は勧告を行うことやその内容等について審議会の意見を聴くこととしている。

なお、第3項の報告要求は「勧告」の場合を規定しているが、勧告の実効性を担保するため勧告に従わない場合はその旨を公表できる（第36条）としていることから特に明記しているものであって、「指導」の場合に報告を要求することを排除する趣旨ではない。

[解釈及び運用]

1 「不当な取引行為を行っている」と認める場合

第22条の規定による調査結果等により、判断されることとなる。

2 「法令に特別の定めがある場合を除き」

本条と同趣旨の措置を定める法令により措置された場合、本条は適用されない。

不当な取引に関する規制法令としては、特定商取引法や割賦販売法、貸金業法などがあるが、対象となる業種が指定されているなど、限定的な規制となっている。これら法令の規制が無い業種や行為等に対しても、本条例によって規制することにより、消費者被害を防止するとともに悪質事業者を排除していこうとするものである。

3 「不当な取引行為の改善」

事業者の不当な取引行為の内容や態様によって個別判断することとなるが、例えば、セールストークや販売態度の問題に関して言えば、即刻当該不当な取引行為を取り止めさせることはもとより、販売員、従業員に対する法令の知識や接客態度を含めた研修の徹底や適正な販売マニュアルの作成、顧客獲得方法や給与体系の見直し等を実行させることも含めて考えることができる。

4 「指導又は勧告をする」

「指導」及び「勧告」は、ともに行政主体が一定の行政目的を達成するために、一定の作為・不作為を期待して、相手側に直接働きかける行為と解されている。

不当な取引行為を行っている事業者に対し、一般的には、まずその行為を改善するよう指導を行

い事業者の自主的改善を促し、この指導に従わない場合には勧告を行うこととなる。なお、事例に応じて指導を経ずに勧告を行うことを妨げるものではない。

「勧告」については、勧告に従わないときは事業者名等を「公表」することができることを第36条に規定し、公表という県民に広く周知させる手段によって実効性を確保しようとしている。

第二十四条（重大な被害についての情報提供）

（重大な被害についての情報提供）

第二十四条 知事は、不当な取引行為により消費者に重大な被害が生じ、又は生じるおそれがある場合において、その被害の発生又は拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該行為に係る事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な情報を県民に提供するものとする。〔立入調査等 § 35、意見の聴取 § 37〕

〔趣 旨〕

不当な取引行為による被害の未然防止、拡大防止を図るため、知事が必要と認めるときに、これに関する事業者名等の情報を県民に提供する旨を定めたものである。

〔解 説〕

消費者に対して注意を喚起し、消費者被害の未然防止、拡大防止を図るためには、事業者名等を情報提供することが極めて有効であるので、事実確認が適正になされており、かつ、被害の防止のため、事業者名等を公表することが必要であるような場合に、事業者名等を含めて情報を提供することができることとするものである。

なお、本条に規定する事業者名等の情報の提供は、事業者に生じる不利益に配慮し、公平性・公正性等を担保しながら行政措置を講じる必要があることから、第37条の規定により、事業者等に対し事前に意見の聴取を行わなければならないこととしている。

〔解釈及び運用〕

1 「その他必要な情報」

当該不当な取引行為の内容、被害発生地域などが考えられる。

第二十五条（架空請求についての情報提供）

（架空請求についての情報提供）

第二十五条 知事は、架空請求（消費者に債務があるかのように偽り、その債務の履行を請求することをいう。）により消費者に重大な被害が生じ、又は生じるおそれがある場合において、その被害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、当該架空請求に用いられた氏名又は名称及び住所並びに当該架空請求の内容その他必要な情報を直ちに県民に提供するものとする。〔立入調査等 § 35〕

〔趣 旨〕

「架空請求」（消費者に債務があるかのように偽り、当該債務の履行を請求すること）についても、被害の発生又は拡大を防止するため緊急の必要がある場合は、架空請求に用いられた氏名・名称等の情報を県民に提供することを規定したものである。

〔解 説〕

架空請求は、郵便や電子メール等によって、支払期限を数日後に設定した督促状等が短期間に大量発出され被害が急速に拡大し、かつ被害の回復が難しいという特性がある。これらのことから、被害の発生、拡大を防止するためには、できるだけ早く架空請求に関する情報を県民に提供して注意喚起する必要がある。これら被害の重大性と被害予防の緊急性にかんがみ、当該架空請求を行う者等の意見を聴くなどの事前手続きは不要としている。

「緊急の必要」とは、早急な防止措置（情報の提供等）をとらなければ同種の被害が続発することが十分予想される場合と考えられる。

また、請求に用いられた氏名、名称、住所等の真偽などを確認するため、第35条の規定により、知事が立入調査等をできることを定めている。

第四章 苦情の処理及び被害の救済に関する施策

第二十六条（苦情の処理のあっせん等）

（苦情の処理のあっせん等）

第二十六条 知事は、消費者から事業者との間の取引に関して生じた苦情（以下「苦情」という。）の申出があったときは、速やかに、当該苦情を解決するために必要なあっせんその他の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、当該苦情に係る事業者に対し、必要な資料の提出又は説明を求めることができる。〔公表§36〕

2 知事は、県民の消費生活の安定及び向上に資するため必要があると認めるときは、苦情に関する情報を県民に提供するものとする。

[趣旨]

消費者からの苦情について、知事が速やかに事業者に対する苦情解決のあっせん等の措置を講ずることを規定したものである。

[解説]

消費者基本法第19条は、「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。」と定めている。

本条例においても、消費者の権利として、「商品又は役務及び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」を明記しているところであり（第2条第1項第5号）、本条及び第27条（審議会の調停等）は、この権利を具体化するものである。

(1) 苦情を解決するために必要なあっせんその他の措置を行うのは知事であり、実際の対応は、千葉県消費者センターが中心となって行っている。解決できないとき等は、第27条の規定により千葉県消費者行政審議会（消費者苦情処理部会）のあっせん又は調停に付託する方法がある。

また、苦情を解決するために必要なあっせんその他の措置を講ずるために、当該苦情に係る事実関係を明確にする必要がある場合などは、当該苦情に係る事業者に対し、必要な資料の提出又は説明を求めることができる。（第1項）

(2) 消費者センター等に寄せられる苦情相談については、第1項により個別に解決に向けた対応をするとともに、多発している事例などは、それらの手口や解決方法を県のホームページや広報紙等に掲載して県民に情報提供して注意喚起することによって、被害の予防や消費者の知識習得、自主的な解決促進などの効果が期待される。（第2項）

[解釈及び運用]

1 「苦情を解決するために必要なあっせんその他の措置」

次のような苦情解決・被害救済の促進を図る措置をいう。

(1) 消費者に対して、契約の申込みの撤回等の法的措置の内容や手続きについて説明をする、被害救済のための適切な相談機関等を紹介するなどの消費者に対する助言。

(2) 事業者の悪質性の強い行為や新手商法などによる被害の場合、消費者自身が高齢等で自主交渉が困難な場合など、必要に応じて、苦情を申し出た消費者とその相手方の事業者との間に入って解決を図るあっせん。

(3) 事業者に対して苦情の申出があった旨を伝え、自発的に消費者との間で適切な解決を行うよう求めること。

第二十七条（審議会の調停等）

（審議会の調停等）

第二十七条 知事は、前条第一項の規定により申出のあった苦情であって、県民の消費生活に著しく影響を及ぼし、若しくは及ぼすおそれがあると認めるもの又はその解決が著しく困難であると認めるものについては、審議会のあっせん又は調停に付すことができる。

2 審議会は、前項のあっせん又は調停のために必要があると認めるときは、当該あっせん又は調停に係る事業者、消費者その他の関係者に対し、その出席を求めて説明若しくは意見を聴き、又は資料の提出を求めることができる。〔公表 § 36〕

3 知事は、第一項の規定により苦情をあっせん又は調停に付したときは当該苦情についての情報を、当該苦情が解決し、又は解決の見込みがないと認めるときは当該あっせん又は調停の経過及び結果についての情報を県民に提供するものとする。

[趣 旨]

第26条の規定により申出のあった苦情のうち、県民の消費生活に著しく影響を及ぼしている、あるいはその解決が著しく困難である等と認めるものについては、知事が千葉県消費者行政審議会（消費者苦情処理部会）のあっせん又は調停に付することができることとし、審議会は、調停のため当事者に出席を求め、意見を聴き又は資料の提出を求めることができる旨を規定したものである。

[解 説]

同一又は同種の被害の防止とその救済の実効を期するため、審議会に付託された案件について、付託した時点で苦情の概要を、また、処理が終了したときには、そのあっせん・調停の経過や結果を広く県民に知らせるものとしている。（第3項）

[解釈及び運用]

1 「著しく影響を及ぼし、若しくは及ぼすおそれがある」

次の場合などが考えられる。

- 一 他に同一又は同種の原因による被害者が多数存在するなど、被害が広範囲に及ぶとき又は及ぶおそれがあるとき（被害の多数性）
- 二 被害が消費者の生命・身体の安全に重大な影響をもたらすとき、又はそのおそれがあるとき（被害の重大性）
- 三 紛争解決基準や解決指針を示す必要があるとき
- 四 当該紛争を解決する上で、法解釈上の問題点があり、審議会の判断を示す必要があるとき
- 五 先例形成又は先進的提言を行う必要があるとき

2 「解決が著しく困難である」

県消費者センターの対応において原因又は因果関係の究明をすること、あるいは法律関係の判断をすることが困難である場合や、相手方たる事業者が交渉に応じないために当事者双方の間に解決の合意が得られない事態を指す。

ただし、このような事態であってもなお相手方たる事業者が所在不明であったり、倒産等の事情があるときは付託し得ない。本条のあっせん及び調停は、裁判と異なり、あくまで当事者の意思の合致によって、解決を図ろうとするものであり、意思が確認できず、あるいは存在し得ない場合には、あっせん及び調停は成り立ち得ないからである。また、本条は消費者の正当な利益を擁護するための手段として設けられている規定であるから、解決を困難にしている事情が消費者にある場合には、あっせん及び調停は行わないことはもちろんである。

3 「あっせん又は調停」

あっせんと調停の両方を行う場合と、いずれかの一方のみ行う場合を指す。

一般的には、あっせんを行った後、あっせんでは解決に至らなかったときには調停に移行することとなるが、付託する前にすでに消費者センター等において審議会（消費者苦情処理部会）のあっせんと同様の処理がなされている場合には、直ちに調停に入ることもあろうし、また、審議会であっせんを行う過程で調停を行っても解決し得ないという事情が明らかになれば、調停に移行しないこともあると考えられる。

「あっせん」とは、交渉の場の設定、交渉の調整、説得等、消費者と事業者の間に仲介する一切の行為をいい、当事者の自主的な意思による解決を主眼としている。一方「調停」は、審議会が積極的に両者の間に介入し、審議会としての判断を行い、両者をリードするものである。

4 「あっせん又は調停に付することができる」

付することができるのは、知事である。審議会が消費者からの申出を直接受け付けて、あっせん又は調停を行うのではない。審議会によるあっせん又は調停は、県消費者センターのみでは十分に対応し切れない場合に備えてこれを補完するために設けられた制度であって、県の苦情処理のための機関としては、県消費者センターと審議会とが連携を保ちながら機能するものである。すなわち、知事は、県消費者センターに申出があった苦情のうちからセンターのみの対応では解決が困難であるものについて、これを審議会のあっせん又は調停に付すこととしたものである。

なお、市町村の消費生活センター等においても、県消費者センターと同様の苦情処理を行っているが、市町村の消費生活センター等において対応が困難なものについては、県消費者センターを経由して、審議会のあっせん又は調停に付す場合がある。

5 「情報を県民に提供」

審議会の紛争解決の目的は、個別案件にとどまらず、その経過、結果を普遍化し、同一又は同種被害の防止及び救済を図ることにある。

審議会に付託された案件について、付託した時点でその苦情の概要を、また、処理が終了したときには、あっせん又は調停の経過や結果（事実関係、責任の所在や解決の考え方、具体的な解決内容等）を広く県民に知らせることにより、同一又は同種の被害の防止とその救済の効果が期待される。

第二十八条（訴訟の援助）

（訴訟の援助）

第二十八条 知事は、消費者が、事業者に対して提起する訴訟（民事訴訟法（平成八年法律第九号）第二百七十五条第一項の和解及び民事調停法（昭和三十二年法律第二百二十二号）による調停を含む。以下同じ。）又は事業者から提起された訴訟が次の各号のいずれにも該当する場合であつて、審議会が適当と認めるときは、当該消費者に対し、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援助を行うことができる。

- 一 前条第一項のあつせん又は調停に付されている苦情に係るものであること。
- 二 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商品若しくは役務又はこれらの取引行為に係るものであること。
- 三 一件当たりの被害額が規則で定める額以下の被害に係るものであること。
- 四 前各号に掲げるもののほか、規則で定める要件に該当するものであること。

〔趣 旨〕

審議会に付託した案件で、審議会におけるあつせん・調停が不調に終わり裁判になったものに対して、知事が、一定の要件の下に、資金の貸付けその他の援助をすることを規定したものである。

〔解 説〕

消費者被害のうち、被害全体としては多額となり得ても、個々の消費者の被害それ自体は小額にとどまるいわゆる小額多数被害について訴訟援助を行うものである。訴訟による救済の実益に乏しい等の理由から、訴訟になりにくいこの種の紛争について裁判による解決を促進するとともに、当該被害のみならず同種の被害救済に資することが目的である。

〔解釈及び運用〕

1 「事業者から提起された訴訟」

事業者が、審議会のあつせん・調停を拒否し、消費者を相手に当該紛争に係る取引について支払請求の訴訟を提起した場合などが考えられる。

2 「審議会が適当と認めるとき」

県が援助することについて、より大きな見地から総合的に検討し、その社会的妥当性を確保しようとするものである。

本条の訴訟援助は、訴訟という明らかに対立する民事上の利害を有する当事者の一方に対して行政が援助を行うものであるから、当然により強い公益性が要求される。例えば、単にキャンペーン的效果のみを目的としており勝訴の見込みが全く成り立たない場合、県における苦情処理の過程で消費者が非協力的であった場合、すでに同様の事件で訴訟が提起され、又は判決が確定している場合等については、審議会の意見を聴いた上で援助の対象外とすべきであると考えられる。

3 「規則で定めるところ」

千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例施行規則で、具体的な手続等を定めている。

4 「その他の援助」

訴訟を維持するため必要な資料を消費者自身で調達するのは、現実にはかなり困難と考えられることから、県が相談対応や審議会のあつせん・調停の過程で収集・調査した資料の提供や、訴訟に不慣れと思われる消費者のための訴訟手続きに関する助言、情報の提供などが考えられる。

5 「前条第一項のあつせん又は調停に付されている苦情に係るもの」

審議会のあつせん又は調停に付された苦情に係る訴訟であることを指す。

通常は、あっせん又は調停が相手方の拒否により不成立に終わった場合に訴訟援助に移行することになる。ただし、審議会が、付託された苦情のあっせん・調停に先立ち、あるいは、あっせん等の処理中に、審議会の処理によるよりも裁判による解決のほうが適当と判断し、消費者もこれに同意した場合などに、その段階で審議会の意見を受けて知事が訴訟援助を行うこともあり得る。また、審議会の処理中に事業者から訴訟を提起された場合などにも、あっせん等の結果を待つことなく訴訟援助に移行することも考えられる。

- 6 「規則で定める額」
「百万円」と規定している。
- 7 「規則で定める要件」
「県内に住所を有している者が提起する訴訟」であることと規定している。

第二十九条（貸付金の返還等）

（貸付金の返還等）

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は、当該訴訟が終了したときは、規則で定める日までに、当該貸付金を返還しなければならない。ただし、知事は、災害その他やむを得ない事情があると認めるときは、相当の期間、貸付金の全部又は一部の返還を猶予することができる。

2 知事は、前項本文の規定にかかわらず、やむを得ない事情があると認めるときは、規則で定めるところにより、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。

[趣旨]

貸し付けた訴訟資金の返還について、その返還の期日について規則で定めること、及び特別の理由があると認めるときは返還を猶予又は免除することができる旨を定めたものである。

[解説]

返還債務の免除は、本来、地方自治法第96条第1項第10号に該当し、議会の議決を経なければならないが、本条第2項の規定によりこれを要せず、知事の判断によって免除を決定することとなる。

（地方自治法）

第九十六条 普通地方公共団体の議会は、次に掲げる事件を議決しなければならない。

十 法律若しくはこれに基づく政令又は条例に特別の定めがある場合を除くほか、権利を放棄すること。

[解釈及び運用]

1 「規則で定める日」

「当該訴訟が終了した日から起算して九十日を経過した日」と規定している。

2 「やむを得ない事情があると認めるときは、規則で定めるところにより」

「知事は、（中略）貸付金の交付を受けた者が死亡し、当該訴訟を承継する者がいないときその他知事が特に必要があると認めるときは、貸付金の全部又は一部の返還を免除するものとする。」

「知事は、貸付金の返還の免除をしようとするときは、必要に応じ、審議会の意見を聴くものとする。」と規定している。

第五章 生活必需商品に関する措置

第三十条（需給状況等の調査等）

（需給状況等の調査等）

第三十条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、県民の消費生活に欠くことができないと認められる商品（以下「生活必需商品」という。）について、必要に応じて、需給の状況、価格の動向等を調査するものとする。

2 事業者及び事業者団体は、前項の調査に協力しなければならない。

3 知事は、必要があると認めるときは、第一項の調査の結果についての情報を県民に提供するものとする。

[趣 旨]

現在、物価は比較的安定しているが、原油価格の上昇や自然災害などにより、生活必需物資の価格が高騰したり、供給不足となったりする可能性がある。このような事態における生活必需物資の安定供給を図る措置に向けて、必要に応じて、県民の消費生活に欠くことができない商品について需給状況や価格等の調査を実施し、その結果を県民に情報提供することを規定したものである。

[解 説]

1 「法令に特別の定めがある場合を除き」

「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」は、その第3条において、内閣総理大臣及び主務大臣は、特別の調査を要する物資としてあらかじめ指定された特定物資について、その価格の動向及び需給の状況に関し必要な調査を行なうこととしている。また、同条に基づく調査は、政令によって知事にも権限が委任されているため、同法によって指定された特定物資に関する調査は、同法に基づいて行うことが可能な状況となっている。

しかし、同法によって指定されなかった物資であっても、地域の実情に応じて、知事が県民の消費生活に欠くことができないと認めた商品又はサービスについて、独自に需給の状況、価格の動向等を調査する必要が生じることが考えられることから、本条のとおり規定している。

（関係法令の条文）

「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」第3条（調査）

2 「県民の消費生活に欠くことができない」

多くの県民の日常生活に必要な不可欠、その他密接に関連することをいう。

例：食品、日用雑貨品、衣料品、理美容

3 「調査の結果についての情報を県民に提供」

知事が必要と認めるときに、第1項の規定による調査の結果を県民に対し情報提供することを定めるものであり、調査結果を情報提供することによって、消費者の権利の「必要な情報を速やかに提供される権利」を確保するとともに、消費者の不安を除去し、賢明な消費行動を促そうとするものである。

第三十一条（特定生活必需商品の指定等）

（特定生活必需商品の指定等）

第三十一条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、生活必需商品の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、当該生活必需商品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認めるときは、当該生活必需商品を特定生活必需商品として指定することができる。

2 知事は、前項の事態が消滅したと認めるときは、同項の指定を解除するものとする。

3 知事は、前各項の規定により、特定生活必需商品を指定し、又はその指定を解除するときは、その旨を告示しなければならない。

[趣 旨]

生活必需商品の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、買い占め又は売惜しみが行われ若しくは行われるおそれがあるときには、知事が当該商品を「特定生活必需商品」として指定することができる旨を定めたものである。

[解 説]

1 「法令に特別の定めがある場合を除き」

「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」第2条は、生活関連物資等の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがある場合において、当該生活関連物資等の買占め又は売惜しみが行なわれ又は行なわれるおそれがあるときは、政令で、当該生活関連物資等を特別の調査を要する物資（特定物資）として指定することとしている。

しかしながら、同法により指定されなかった商品等であっても、地域の実情を勘案し、生活必需商品の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合に、当該生活必需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認める商品等を、特定生活必需商品等として県が独自に指定し措置を講じる必要があることから、条例により独自に指定できるものとしている。

<同法に基づく特定物資の指定状況>

物資名	指定年月日	解除年月日
綿糸 羊毛 梳毛織物 生糸	綿織物 梳毛糸 絹織物 医療用ガーゼ	48.7.14 49.9.25
大豆 大豆油かす	大豆油	48.7.14 51.5.1
丸太 合板	製材	48.9.4 51.5.1
灯油		48.11.12 49.9.25
トイレットペーパー等 印刷用紙 ガソリン A 重油	液化石油ガス 軽油	48.11.12 51.5.1
合成洗剤		49.1.14 49.1.14
しょう油	精製糖	49.2.21 51.5.1

（関係法令の条文）

「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」第2条（物資の指定）

2 「価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、当該生活必需商品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認めるとき」

価格が「異常に」上昇し、又は上昇するおそれがある場合とは、単にすう勢的、傾向的な価格上昇の程度ではなく、不規則的、人為的な要因に基づく突発的な上昇の場合をいう。

例えば、輸入物資等について主要輸出国の輸出削減措置や、農産物について異常気象による不作、化学工業品について主力メーカー等の事故等による生産量の急減等の事態をいう。このような事態が生じた場合には、現に価格の上昇が見られなくとも、近い将来において需給バランスの失調から価格が異常に上昇するおそれがあるものと認められる。

しかし、価格が異常に上昇するという状態のみで、買占め、売惜しみ等につながらないときは指定されない。

第三十二条（協力要請）

（協力要請）

第三十二条 知事は、前条第一項の指定をしたときは、特定生活必需商品に係る事業者に対し、その供給について協力を求めるものとする。

〔趣 旨〕

知事が、指定した特定生活必需商品を製造、輸入、流通、販売等している関係事業者に対して、適正な価格で供給するよう協力を求めることを規定したものである。

〔解 説〕

協力を求める方法としては、特定生活必需商品を製造、輸入、流通、販売等している関係事業者の業界団体等を通じて協力を求めることなどが考えられる。

第三十三条（売渡勧告等）

（売渡勧告等）

第三十三条 知事は、事業者が前条の協力の要請にかかわらず、買占め又は売惜しみにより特定生活必需商品を多量に保有していると認めるときは、当該事業者に対し、当該特定生活必需商品を適正な価格で売り渡すよう指導又は勧告をすることができる。〔立入調査等 § 35、公表 § 36〕

〔趣 旨〕

第31条で指定された特定生活必需商品について、第32条により供給の協力を要請したにもかかわらず、買占め又は売惜しみにより当該特定生活必需商品を多量に保有していると認められるときに、知事が事業者に対し、適正な価格で売り渡すよう指導し又は勧告できることを規定したものである。

〔解 説〕

1 「買占め又は売惜しみにより」

「買占め」「売惜しみ」という行為を形式的基準で律することは必ずしも容易ではないので、多量性及び取引面の観点から総合的に判断した上で認定することとなる。

多量性については、当該事業者の通常の在庫量又は在庫率（在庫量／月間又は1日平均販売量）と現在のそれとの比較や、同業他社（特に同規模業者）の在庫量又は在庫などを考慮する。

また、取引面については、価格、その他の面で同業他社の取引条件を大幅に上回る条件での買付申入れをしている事実の有無、正当な理由なく売渡しの拒否や数量の削減等を要求している事実の有無などを考慮する必要がある。

2 「適正な価格」

生産者である場合には生産原価、販売業者である場合には仕入価格にそれぞれが保管、販売等の諸経費を加え、これに適正妥当な利得を加えた価格を基準とするが、通常取引価格を参考として適当と認められる価格とすることが考えられる。なお、この場合、国や業界団体等の意見を聞き参考とする。

第六章 雑則

第三十四条（知事への申出）

（知事への申出）

第三十四条 この条例の規定により知事がとるべき措置を講じていないと認める者は、規則で定めるところにより、知事に対し、その旨を申し出て、当該措置を講ずるよう求めることができる。

2 知事は、前項の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。

3 知事は、第一項の申出に対する処理の経過及び結果を当該申出をした者に通知するとともに、県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、当該申出の内容並びに当該申出に対する処理の経過及び結果についての情報を県民に提供するものとする。

[趣旨]

この条例の規定により知事がとるべき措置を講じていないと認める者は、直接知事に対して、その措置を講ずるよう求める申出ができる旨を明示し、併せて、それに対する知事の対応を規定したものである。

基本理念に規定する「消費生活に関する意見が県の施策に反映される権利」（第2項第1項第8号）を具体化した一つである。

[解説]

知事は、消費者問題を早期に把握し、消費者の利益擁護を図るため、様々な消費生活に関する情報を得よう努めることが重要であることから規定している。

1 「この条例の規定により知事がとるべき措置」

「この条例の規定」が具体的に何条を意味するのかは明示されていないが、申出の内容が事実であると認められたときは知事が措置をとることから、第3章以下のような具体的措置を指す。

なお、本条の申出は、条例の規定に反する事業者の行為の是正や禁止する不当な取引行為の追加などの措置を要求する趣旨であり、事業者との個別的な苦情の解決に向けたあっせん等の措置を求める第26条の申出とは異なる。

2 「規則で定めるところ」

申出は書面によることその他必要な事項は、千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例施行規則で規定している。

なお、申出を書面とする理由は、条例に規定する申出行為であることを明確にすること、申出内容を正確に把握する必要があること等にある。

3 「その他適当な措置」

事業者への改善要望や消費者への情報提供などが考えられる。

4 「情報を県民に提供」

本申出制度は、県民の参加により条例の目的の実現を図ろうとする制度であり、県民全体の問題として処理されることを期待する趣旨であるから、知事が県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、申出の内容、処理の経過及び結果についての情報を県民に提供することとしている。

第三十五条（立入調査等）

（立入調査等）

第三十五条 知事は、第十五条第一項、第十六条第一項、第十七条、第二十二條第一項、第二十三條第一項、第二十四條、第二十五條及び第三十三條の規定の施行に必要な限度において、事業者（この項の規定により立入調査又は質問をした場合において、特に必要があると認めるときは、特定生活必需商品を保管していると認められる者を含む。次条において同じ。）に対し、その業務に関し報告を求め、又は当該職員に、その事務所、工場、事業所、店舗、倉庫その他の場所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。〔公表 § 36〕

2 前項の規定により、職員が立入調査又は質問をする場合には、その身分を示す証明書を携帯し、関係者の請求があったときは、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調査及び質問の権限は、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。

[趣旨]

「商品等の安全等に関する施策」に規定されている調査等の実効性を確保するため、知事が、この条例の規定の施行に必要な限度において、事業者に対して報告を求め、又は、その職員に立入調査等をさせることなどができること及びその際の手続等を定めたものである。

[解説]

本条例が具体的な施策として掲げる「危害の防止」、「規格、表示、包装等の適正化」、「不当な取引行為の禁止等」、「生活必需商品に関する措置」に関しては、本条例の規定に反する行為が事業者にもみられる場合、指導又は最終的に公表によって担保される勧告を知事が行うことによって、事業者を行政指導することとしている。

ところで、指導又は勧告を行うためには、事業者が当該指導又は勧告を行うに必要な要件を具備するか否かの判断が必要であることから、その手段として、知事が報告を要求し、又は、職員に立入調査等をさせ得ることを定めるのが本条である。

また、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商品又はサービスに関する調査や不当な取引行為に関する調査などは、最終的に消費者被害の防止又は拡大防止を目的として県民に情報提供するものであることから、その正確性と実効性を担保するため、知事が報告を要求し、又は、職員に立入調査等をさせ得ることを定めるのが本条である。

なお、本条の規定による報告の要求、立入調査等は、行政指導の一環として行われるものであり、要求等に従わない事業者については、その旨を公表することによって担保しようとするものである。（第36条第8号）

引用条文の内容

- 第15条1項 危害の防止に関する調査等
- 第16条1項 危害の防止に関する勧告等
- 第17条 重大緊急危害の情報提供
- 第22条1項 不当な取引行為に関する調査等
- 第23条1項 不当な取引行為に関する勧告等
- 第24条 重大な被害についての情報提供
- 第25条 架空請求についての情報提供
- 第33条 売渡勧告等

[解釈及び運用]

1 「関係者」

当該事業者や従業員など、当該調査に関係のある者をいう。

第三十六条（公表）

（公表）

第三十六条 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、当該事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な事項を公表することができる。〔意見の聴取 § 37〕

- 一 第十五条第二項の規定による求めに応じず、又は求めに応じるに当たり虚偽の資料の提出その他の虚偽の方法を用いたとき。
- 二 第十六条第一項、第二十三条第一項又は第三十三条の規定による勧告に従わなかったとき。
- 三 第十六条第三項又は第二十三条第三項の規定による報告をせず、又は虚偽の報告をしたとき。
- 四 第十八条第一項の規定による商品若しくは物若しくは資料の提出をせず、又は虚偽の商品若しくは物若しくは資料の提出をしたとき。
- 五 第二十二條第二項の規定による資料の提出をせず、又は虚偽の資料の提出をしたとき。
- 六 第二十六条第一項後段の規定による資料の提出をせず、若しくは虚偽の資料の提出をし、又は同項後段の規定による説明をせず、若しくは虚偽の説明をしたとき。
- 七 第二十七条第二項の規定による出席を拒み、同項の規定による説明をせず、若しくは虚偽の説明をし、又は同項の規定による資料の提出をせず、若しくは虚偽の資料の提出をしたとき。
- 八 前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、同項の規定による調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、又は同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

[趣 旨]

本条例に規定する施策の実効性を担保するための手段として、事業者が、本条例の規定による知事の勧告に従わなかったときなど一定の場合には、知事が事業者名等を公表できる旨を定めたものである。本条例においては、公表という県民に広く周知する手段によって、実効性を確保しようとするものである。

なお、本条に規定する公表を行う場合には、公平性・公正性等を担保しながら行政措置を講じる必要があることから、第37条の規定により、事業者等に対し事前に意見の聴取を行わなければならないこととしている。

[解 説]

引用条文の内容

- 第15条 危害の防止に関する調査等
- 第16条 危険の防止に関する勧告等
- 第18条 商品等の提出
- 第22条 不当な取引行為に関する調査等
- 第23条 不当な取引行為に関する勧告等
- 第26条 苦情処理のあっせん等
- 第27条 審議会の調停等
- 第33条 売渡勧告等
- 第35条 立入調査等

[解釈及び運用]

1 「その他必要な事項」

勧告に従わなかったこと、勧告した時期・内容、法人の代表者名などが考えられる。

第三十七条（意見の聴取）

（意見の聴取）

第三十七条 知事は、第二十四条の規定による情報の提供及び前条の規定による公表をする場合には、あらかじめ、期日、場所及び事案の内容を示して、当事者又はその代理人の出頭を求めて、意見の聴取を行わなければならない。ただし、これらの者が正当な理由がなくて意見の聴取に応じないときは、意見の聴取を行わないで情報の提供又は公表をすることができる。

[趣 旨]

知事が、第24条の規定による情報の提供又は第36条の規定による公表を行おうとするときは、当該事業者に対して、あらかじめ意見の聴取を行わなければならないことを規定したものである。

[解 説]

本条は、事業者名等を含む情報提供や公表をする場合に、事業者の利益を不当に侵害することのないよう、事実の認定については特に慎重を期さなければならないという観点から設けている事前手続である。また同時に、現実的機能として、情報提供や公表により起こるであろう事後の紛争を未然に防止しようとするものである。

第三十八条（国の行政機関等との協力）

（国の行政機関等との協力）

第三十八条 知事は、この条例の施行に関し必要があると認めるときは、国の行政機関、他の地方公共団体若しくは独立行政法人国民生活センターの長に対して、情報の提供、調査の依頼その他の協力を求め、又はこれらの者から協力を求められたときは、その求めに応ずるものとする。

[趣 旨]

県と国、他の地方公共団体及び独立行政法人国民生活センターとの相互協力を定めたものである。

[解 説]

商品・サービスやその取引の発生・生産から最終消費まで、県の区域内で完結するものは少なく、多くは複数の都道府県にまたがって流通する。また、事業者の事業活動も複数の都道府県に及ぶ場合が多い。したがって、消費生活に関する施策を行うに当たっては、国や他の都道府県等との相互協力が重要であることから、これを規定している。

具体的には、個別の施策を実施するにあたっての通知、協力依頼の他、情報交換等の場としての全国単位及びブロック単位の消費者行政に関する会議等を活用することとなる。

また、県外の事業者が県内で条例に違反する行為を行った場合においても、本条例が適用されるが、他の都道府県に赴いての指導、立入調査については、条例の適用範囲の観点からは種々の問題が発生することが予想されるので、他の都道府県等に対し、それらの事業者についての調査等を依頼したり協働で行うこととなる。

条例の地域的効力

条例は、原則として、地方公共団体の自治権の及ぶ区域すなわち地方公共団体の区域において効力を有する。その地域内にある住民のほか、その滞在期間の長短にかかわらず、滞在者についても適用されることになる。更に、住民、滞在者以外の者であっても、地方公共団体の区域内にあるものに対しても、適用される。逆に、地方公共団体の区域外にある者に対しては、その者が住民であっても、原則として、条例の適用はないということになる。

他都道府県に住所を有する事業者が県内で行った条例違反行為に対しても本条例は適用されるが、他都道府県に赴いての指導、立入調査は、条例の効力の及ぶ区域との関係を配慮しなければならず、他都道府県との協力・協働関係が必要となる。

第三十九条（国に対する措置要請等）

（国に対する措置要請等）

第三十九条 知事は、県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、国に対し、意見を述べ、又は必要な措置をとるよう求めるものとする。

[趣 旨]

本条は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため必要がある場合、知事が、国に対し、意見を述べ、又は必要な措置をとるよう求める旨を定めたものである。

[解 説]

現在、消費生活に係るほとんどの商品やサービスは、自治体の区域を越え、全国規模で流通している。また、通信販売等の無店舗販売は、都道府県の枠を越えて営業活動を行っている事業者が多い。それゆえ、消費生活上の諸問題の解決は基本的には国の法令や施策にゆだねるところが大きい。

しかし、消費生活にかかわるさまざまな問題は、個々の生活の場から、主として消費者被害という形をとって発生するものが多く、それを迅速、直接に感知するのは、自治体である。

そこで、消費者被害をリアルタイムに把握できる自治体である県は、本条例に基づく自らの消費者行政の推進に併せて、消費者被害の実態を踏まえ、また、住民からの要望を捉えて、必要に応じて国の施策の推進に対して積極的に働きかけを行う必要があると考え、ここでは、その義務を知事に課すものである。

第四十条（委任）

（委任）

第四十条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

〔趣 旨〕

本条は、条例の施行に係る細目事項を規則に委任するための根拠規定である。

〔解 説〕

施行規則としては、千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例施行規則（平成二十年千葉県規則第三十七号）がある。