

北海道消費生活条例の見直し検討について

1 趣旨

北海道消費生活条例（以下「条例」という。）においては、平成21年4月1日から起算して5年を経過するごとに、社会経済情勢の変化等を勘案し、見直しの必要性などの検討を行うこととしています。

今回の見直しが令和6年4月となっていることから、以下のとおり検討しましたので、報告いたします。

2 条例の概要

(1) 条例の目的

道民の消費生活の安定及び向上を図ること。

(2) 条例の構成

本道の消費者施策の推進に関わる基本的な部分と、複雑化・多様化する消費者問題に対応する安全、表示、取引に関する規制の部分とで構成されています。

目 的	構 成	
◆道民の消費生活の安定と向上 （消費者と事業者との間の情報の質や量、交渉力等の格差に鑑み、消費者の利益の擁護や増進に関し、基本理念を定め、道や事業者等の責務や消費者等の役割を明確化）	基 本 部 分	▶ 総則的部分（基本理念，責務，基本計画等） ▶ 消費者被害の救済 ▶ 消費者への情報提供 ▶ 消費生活センター ▶ 消費生活審議会 ▶ 消費者苦情処理委員会
	規 制 部 分	▶ 危害の防止 ▶ 規格，表示等の適正化 ▶ 不当な取引方法の禁止 ▶ 価格安定対策 ▶ 行政調査（立入検査，報告要求） ▶ 公表措置

3 条例改正の経過

現行条例は、特定商取引法などの消費者に関わる法令の改正による規制項目の追加などに対応するため、以下のとおり改正されています。

【主な改正】

改正年月	法令の改正	条例の改正
H26. 10	特定商取引法	規制対象となる取引に、事業者が消費者から物品を訪問購入する行為が含まれることを明確化
H28. 3	消費者安全法	道立消費生活センターの組織及び運営並びに情報の安全管理に関する基準等を規定

4 見直しの検討に当たっての視点

前回の見直し検討時点（平成31年4月）から、新たに成立、改正された関係法令と条例の内容との整合性を検証した上で、条例改正の必要性の有無について検討しました。

また、社会経済情勢の変化として、令和2年1月以降新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、「巣ごもり消費」の増加等を背景としたインターネット取引等が浸透する中で、消費者の間で「新しい生活様式」に基づいた消費行動が拡大したことや、令和4年4月以降、成年年齢が18歳に引き下げられたことについて、現行条例による対応状況を勘案し、検討しました。

5 検討状況

(1) 法令改正に関する条例の対応

① 特定商取引に関する法律（令和3年6月改正）

【改正内容】

- 消費者からのクーリング・オフの通知は、従前、書面で行うとされていましたが、電磁的方法（電子メールの送付等）でも可能となりました。

《条例の対応》

- 不当な取引方法（条例施行規則別表8（2））において、クーリング・オフの通知方法を書面に限定していたことから、令和4年5月に改正（電磁的方法を追加）しています。

※ その他の改正については、条例への影響なし。

※ 令和3年7月の北海道消費生活審議会において報告済み。

② 法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律（令和4年12月成立）

【法令内容】

- 法人等による不当な寄附の勧誘が禁止されました。
- 禁止行為を行う法人等に対する行政措置・罰則が規定されました。
- 不当な勧誘により困惑して寄附の意思表示をした場合の取消権が規定されました。

《条例の対応》

- 法において契約による寄附の勧誘に際して禁止される行為は、現行条例で全て不当な取引方法として規定されています。
- 不当な勧誘による寄附は契約によって行われることが多いことから、契約でない寄附（単独行為）の扱いについては、消費者庁や他都府県の状況を注視していくこととします。

③ 消費者契約法（令和4年5月改正）

【改正内容】

- 消費者が合理的な判断をすることができない事情を不当に利用した場合の取消権について、新たに追加されました。
 - ① 勧誘することを告げずに、退去困難な場所へ同行し勧誘すること。
 - ② 威迫する言動を交え、相談の連絡を妨害すること。
 - ③ 契約前に目的物の現状を変更し、原状回復を著しく困難にすること。
- 賠償責任を困難にする不明確な一部免責条項は無効となりました。

《条例の対応》

- 消費者が合理的な判断をすることができない勧誘は、現行条例で規定されている不当な取引方法（条例施行規則別表1（1）、別表4（1）（9）（10）（11））に該当します。

④ 消費者契約法（令和4年12月改正）

【改正内容】

- 靈感等による告知を用いた勧誘に対する取消権について、消費者被害の救済の実効化のため、要件が明確かつ具体的に規定されました。
 - ① 消費者又はその親族の生命、身体、財産その他の重要な事項について、
 - ② そのままでは現在生じ、若しくは将来生じ得る重大な不利益を回避することができないとの不安をあり、
 - ③ 又はそのような不安を抱いていることに乗じて、契約を締結することが必要不可欠と告げること。
- 取消権の行使期間が延長されました。

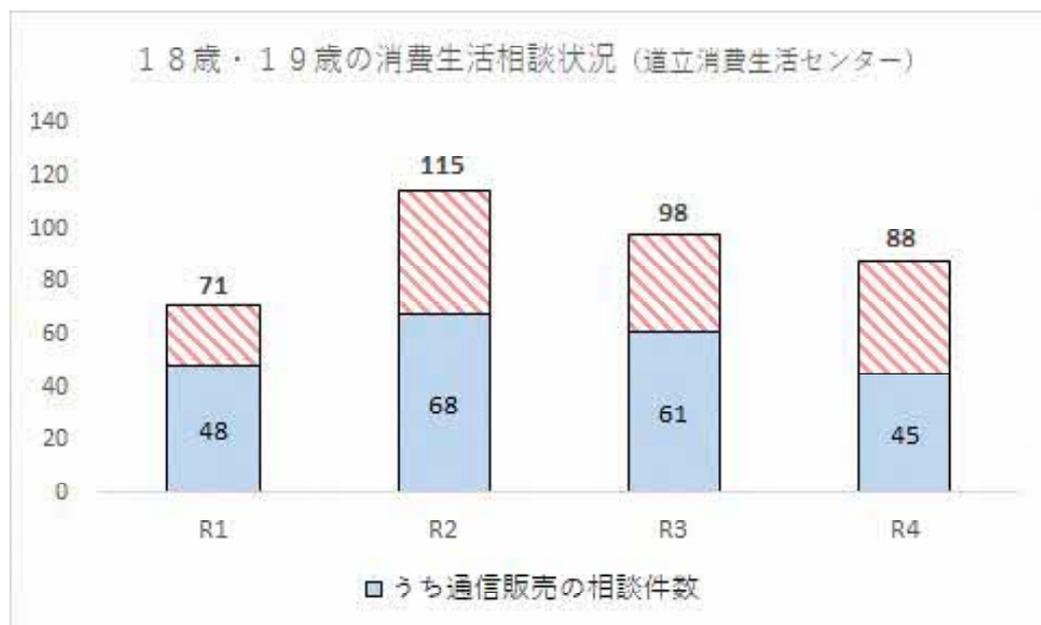
《条例の対応》

- 灵感等による告知を用いた勧誘は、現行条例で規定されている不当な取引方法（条例施行規則別表4（2））に該当します。

(2) 社会経済情勢の変化に関する条例の対応

① 成年年齢引き下げ

- 成年年齢が18歳に引き下げられた令和4年度の相談件数は、以前と比べて大きな変化はなく、相談件数全体に占める割合も1%程度と低い状況です。
- 相談内容についても、出会い系サイトなどを含む通信販売に関する相談が多い状況ですが、引き下げ前後で目立った変化はありません。



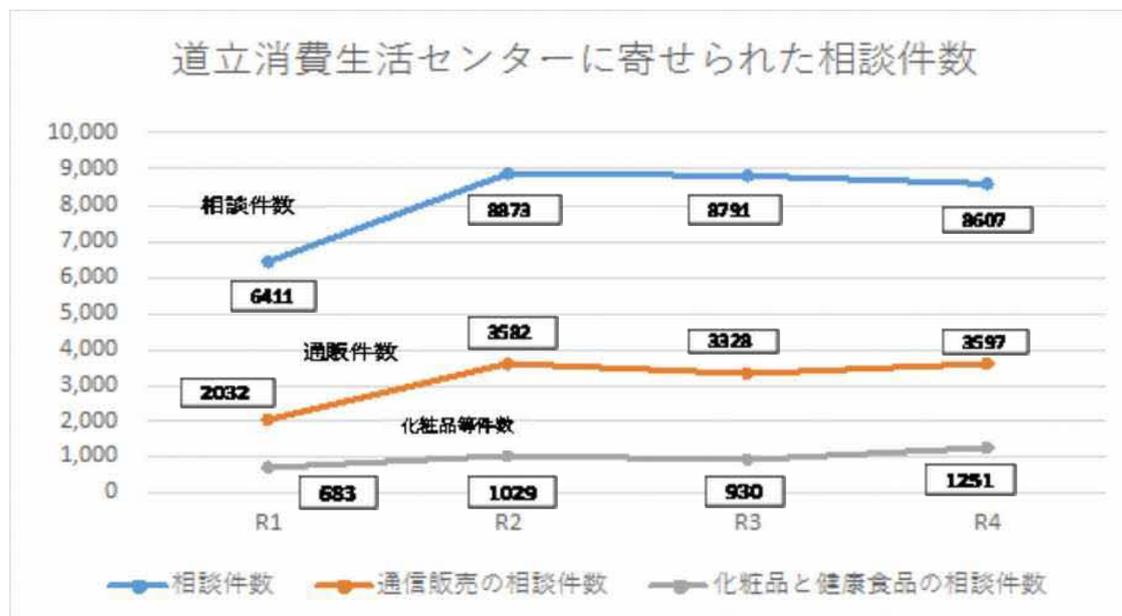
《条例の対応》

- 条例は、特定の年齢について規定されているものではなく、成年年齢が変更されたことよって、条例の「目的」や「不当な取引方法」、「規格、表示等の適正化」などの変更等に及ぶものではありません。
- 当初、成年年齢の引き下げにより特に18歳・19歳の消費者トラブルの増加が懸念されましたが、現状においては、相談件数に目立った変化はありません。
- 引き続き条例第27条(※)や第3次北海道消費生活基本計画に基づき、消費者被害の防止のため、消費者教育を進めていきます。

※ 条例第27条：道は、地域の社会的及び経済的状況に応じ、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その他の消費者に対する啓発活動及び学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じた消費生活に関する教育の推進に努めるものとする。

② 「新しい生活様式」に基づいた消費行動の拡大

- コロナ禍前と比べて通信販売に関する相談が増加しています。
- 通信販売に関する相談件数は、令和4年度で相談件数全体の41.8%を占めています。
- 近年、化粧品や健康食品等のインターネット通販における定期購入に関する相談が増加しています。



《条例の対応》

- 現行条例の規定（不当な取引方法の禁止など）においては、例えば、インターネット通販画面において、定期購入であることを隠した表示を行うなど、消費者を誤認させる勧誘は、不当な取引方法（条例施行規則別表3（9））に該当します。
- なお、条例による規制はありますが、相談件数の増加傾向が見られることから、引き続き、消費者被害の防止については、条例第27条や第3次北海道消費生活基本計画に基づき、消費者の特性に応じた消費者教育や新たな取引・トラブル等最新情報の提供・啓発などを進めていきます。

6 現行条例の見直しについて

以上、関係法令（特定商取引に関する法律、法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律、消費者契約法）と条例の内容との整合性や社会経済情勢の変化（成年年齢の引き下げ、新しい生活様式の消費行動の拡大）を検討の視点として現行条例の見直しの必要性について検討を進めた結果、現時点での改正は要しないものと考えます。

＜参考＞

条例施行規則抜粋

(1) 法令改正に関する条例の対応

① 特定商取引に関する法律(令和3年6月改正) 関係

(訪問販売における契約の申込みの撤回等 法第9条第1項)

○ 条例施行規則

別表8 条例第16条第1項第8号の規定に該当する不当な取引方法

- (2) 消費者の口頭によるクーリング・オフの権利の行使の意思表示に対し、書面若しくは電磁的記録(電子計算機による情報処理の用に供されるものに限る。以下この号において同じ。)により行使すべきことを告げず、又は口頭により行使することを認めたにもかかわらず、後に書面若しくは電磁的記録によらないことを理由として、当該クーリング・オフの権利の行使を妨げること。

条例第16条第1項第8号

(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っ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。

- (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。

② 法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律(令和4年12月成立) 関係

(不退去 法第4条第1号)

別表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

- (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。

(退去妨害 法第4条第2号)

別表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

- (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。

(勧誘することを告げず退去困難な場所へ同行 法第4条第3号)

別表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。

別表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

- (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。

(威迫する言動を交え相談の連絡を妨害 法第4条第4号)

別表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。

別表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

- (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。

(恋愛感情等に乗じ関係の破綻を告知 法第4条第5号)

別表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

- (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。

(靈感等による知見を用いた告知 法第4条第6号)

別表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

- (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のみだりに用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

条例第16条第1項第1号、第4号

(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
- (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。

③消費者契約法(令和4年5月改正) 関係

(勧誘することを告げず退去困難な場所へ同行 法第4条第3項第3号)

別表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。

別表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

- (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。

(**威迫する言動を交え相談の連絡を妨害** 法第4条第3項第4号)

別表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。

別表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

- (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。

(**契約前に目的物の現状を変更し、原状回復を著しく困難** 法第4条第3項第9号)

別表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

- (11) 消費者が依頼又は承諾をしていないにもかかわらず、商品を送付し、又は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。

条例第16条第1項第1号、第4号

(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該当する行為であっ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
- (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。

④消費者契約法(令和4年12月改正)関係

(**靈感等による告知を用いた勧誘** 法第4条第3項第6号)

別表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

- (2) 消費者の不幸を予言し、又は示唆し、消費者の不安をお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。

条例第16条第1項第4号

(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該当する行為であっ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。

- (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。

(2) 社会経済情勢の変化に関する条例の対応

②「新しい生活様式」に基づいた消費行動の拡大関係

別表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

- (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。

条例第16条第1項第3号

(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。)を行つてはならない。

- (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。