

4 例規

○京都市消費生活条例

昭和50年8月14日
条例第23号(制定)
平成17年3月25日条例第83号

目次

- 第1章 総則(第1条～第9条)
- 第2章 消費生活基本計画(第10条)
- 第3章 消費者権の実現を図るための施策
 - 第1節 生命及び身体の安全の確保並びに財産の保護(第11条～第13条)
 - 第2節 商品等の表示、計量、包装、広告、価格及び供給の適正化(第14条～第19条)
 - 第3節 不適正な取引行為の防止(第20条～第22条)
 - 第4節 消費者に対する情報の提供(第23条)
 - 第5節 消費者教育の推進(第24条)
 - 第6節 消費生活に関する意見の反映(第25条)
 - 第7節 消費者権の侵害の発生又はその拡大の防止及びその侵害に対する救済(第26条～第31条)
 - 第8節 雑則(第32条～第35条)
- 第4章 消費生活審議会(第36条～第40条)
- 第5章 雑則(第41条)
- 附則

第1章 総則

(目的)

第1条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差、社会経済情勢の変化等にかんがみ、消費生活施策の基本理念を定めるとともに、本市及び事業者の責務並びに事業者団体、消費者及び消費者団体の役割その他消費生活施策に関し必要な事項を定めることにより、第3条第1項に規定する消費者権の実現を図り、もって消費者の消費生活における自立並びに消費生活の安心、安全、安定及び向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 消費生活施策 消費者の消費生活における自立並びに消費生活の安心、安全、安定及び向上を図るための本市の施策をいう。
- (2) 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2以上の事業者の結合体又はその連合体をいう。

- (3) 消費者団体 次条第1項に規定する消費者権の実現を図り、及び消費者の消費生活における自立を支援する活動を行う団体をいう。
- (4) 商品等 商品及びサービスをいう。

(基本理念)

第3条 消費生活施策は、消費者の次に掲げる権利(以下「消費者権」という。)の実現を図ることを旨として、推進されなければならない。

- (1) 消費生活において生命及び身体の安全が確保されるとともに、財産を侵害されない権利
 - (2) 商品等の表示、計量、包装、広告、価格及び供給の適正化を求める権利
 - (3) 事業者の第20条に規定する不適正な取引行為により契約の締結その他の行為を強制されず、事業者に対し当該不適正な取引行為を行わないことを求める権利
 - (4) 前3号に掲げる権利を実現するため必要とされることを迅速かつ適切に知る権利
 - (5) 前各号に掲げる権利を実現するため必要な教育を受ける権利
 - (6) 消費生活に関する意見を消費生活施策及び事業者の事業に反映させることを求める権利
 - (7) 前各号に掲げる権利ができる限り侵害されないよう必要な措置が講じられるとともに、当該権利が侵害された場合において、迅速かつ的確に救済される権利
- 2 消費生活施策は、食の安全を確保し、及び環境に配慮する見地から推進されなければならない。
- 3 消費生活施策は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して推進されなければならない。
- 4 消費生活施策は、食文化、始末の文化その他の京都固有の生活文化を尊重して推進されなければならない。

(本市の責務)

- 第4条 本市は、次に掲げる責務を有する。
- (1) 前条の基本理念のっとり、消費生活施策を推進すること。
 - (2) この条例の目的を達成するため、国及び他の地方公共団体との密接な連携を図ること。
 - (3) 消費者団体の活動について、必要な支援を行うこと。

(事業者の責務)

- 第5条 事業者は、次に掲げる責務を有する。
- (1) 消費者の年齢その他の特性に配慮し、消費者権の実現を図ること。

- (2) 第3条の基本理念のっとり、事業活動に関し遵守すべき基準を作成するとともに、消費者からの苦情を処理するため必要な体制を整備すること。
- (3) 契約の条項を定めるに当たっては、その内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮すること。
- (4) 個人に関する情報を適正に取り扱うこと。
- (5) 環境に配慮した活動を行うこと。
- (6) 消費生活施策に協力すること。

(事業者団体の役割)

第6条 事業者団体は、次に掲げる役割を積極的に果たすものとする。

- (1) 消費者権の実現に寄与すること。
- (2) 事業者による前条各号に掲げる責務の遂行に寄与すること。
- (3) 消費者と事業者との間の信頼関係の構築に寄与すること。

(消費者の役割)

第7条 消費者は、次に掲げる役割を積極的に果たすものとする。

- (1) 消費者権の実現に向けて主体的に取り組むこと。
- (2) 消費生活に関する知識と理解を深め、自主的かつ合理的に行動すること。
- (3) 消費生活施策及び事業者の事業について、消費者権を実現する観点から意見を表明すること。
- (4) 消費生活において、環境に配慮すること。
- (5) 消費生活に係る京都固有の生活文化の振興に寄与すること。

(消費者団体の役割)

第8条 消費者団体は、相互に連携を図りながら、次に掲げる役割を積極的に果たすものとする。

- (1) 消費者権の実現に寄与すること。
- (2) 消費者の消費生活における自立に寄与すること。
- (3) 消費生活施策及び事業者の事業について、消費者権を実現する観点から意見を表明すること。
- (4) 消費者の消費生活における環境への配慮に寄与すること。
- (5) 消費生活に係る京都固有の生活文化の振興に寄与すること。

(相互の協力)

第9条 本市、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体は、この条例の目的を達成するため、相互に、その果たす役割を理解し、協力するものとする。

2 本市は、事業者及び事業者団体と消費者及び消費者団体の間の相互理解が増進され、協力が

推進されるよう、情報の提供、交流の促進その他の必要な措置を積極的に講じるものとする。

第2章 消費生活基本計画

第10条 市長は、消費生活施策を総合的かつ計画的に実施するため、消費者権の実現を図るための基本的な計画(以下「消費生活基本計画」という。)を定めなければならない。

- 2 市長は、消費生活基本計画を定めるに当たっては、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体の意見を適切に反映させるために必要な措置を講じなければならない。
- 3 市長は、消費生活基本計画を定めたときは、速やかにこれを公表しなければならない。
- 4 前2項の規定は、消費生活基本計画の変更について準用する。
- 5 市長は、毎年、消費生活基本計画に基づき講じる施策の実施状況を第36条に規定する審議会に報告するとともに、公表しなければならない。

第3章 消費者権の実現を図るための施策

第1節 生命及び身体の安全の確保並びに財産の保護

(消費者に危害を及ぼす商品等の供給の禁止)

第11条 事業者は、消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある商品等を、消費者に供給してはならない。

(危害に関する調査)

第12条 市長は、消費者の生命、身体又は財産の危害の発生又はその拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認められる商品等に関する調査を行い、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。

- 2 市長は、必要があると認めるときは、事業者に対し、前項の商品等が消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすものではないことの立証その他前項の規定による調査に必要な協力を求めることができる。
- 3 市長は、事業者による前項の立証が十分でないとき認めるときは、当該事業者に対し、再度の立証を求めることができる。

(危害防止勧告及び公表)

第13条 市長は、前条第1項の規定による調査の結果、事業者が第11条の規定に違反していると認めるときは、当該事業者に対し、商品の回収、又は製造若しくは供給の中止その他消費者の生命、身体又は財産の危害の発生又はその拡大を防止するために必要な措置を採ることを

勧告することができる。

- 2 市長は、前項の規定による勧告を受けた者がその勧告に従わないときは、その旨及びその勧告の内容を公表することができる。

第2節 商品等の表示、計量、包装、広告、価格及び供給の適正化

(商品等の表示の適正化)

- 第14条 市長は、商品等の表示（その単位当たりの価格の表示を除く。）の適正化を図るため、法令に別段の定めがある場合を除き、商品等表示基準（商品等の品質、利用の方法その他の商品等の内容及び取引方法に関し表示すべき事項及びその表示の方法に関する基準をいう。以下同じ。）を定めなければならない。
- 2 市長は、商品等表示基準を定め、又は変更したときは、これを告示しなければならない。
 - 3 事業者は、商品等表示基準に適合しない商品等を消費者に供給してはならない。

(単位当たりの価格の表示の適正化)

- 第15条 市長は、単位当たりの価格の表示の適正化を図るため、単位価格表示基準（単位当たりの価格の表示に使用すべき単位及びその表示の方法に関する基準をいう。以下同じ。）を定めなければならない。
- 2 前条第2項及び第3項の規定は、単位価格表示基準について準用する。

(計量の適正化)

- 第16条 事業者は、商品の供給に際し、消費者の不利益となるような計量を行ってはならない。

(包装の適正化)

- 第17条 市長は、包装（容器を使用する包装を含む。以下同じ。）の適正化を図るため、包装基準（包装で使用すべき物及び包装の方法に関する基準をいう。以下同じ。）を定めなければならない。
- 2 第14条第2項及び第3項の規定は、包装基準について準用する。

(誇大広告等の禁止)

- 第18条 事業者は、商品等について広告をするときは、商品等の内容について、著しく事実と異なる表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると消費者を誤認させるような表示をしてはならない。

(生活必需品の安定的かつ円滑な供給の確保)

- 第19条 事業者は、食料、衣服、寝具その他の生活必需品の安定的若しくは円滑な流通を妨げ、又はこれを不当に高い価格で消費者に供給してはならない。
- 2 市長は、生活必需品の安定的かつ円滑な供給

を確保するため必要があると認めるときは、生活必需品の流通機構の実態、価格の動向及び需給の状況に関する情報を収集し、消費者に対し、当該情報の提供を行わなければならない。

- 3 市長は、前項の規定による収集の結果、生活必需品の価格の高騰又は供給不足が生じ、又は生じるおそれがあると認めるときは、事業者及び事業者団体に対し、生活必需品の安定的かつ円滑な供給を確保するために必要な措置を講じるよう要請しなければならない。

第3節 不適正な取引行為の防止

(不適正な取引行為の防止)

- 第20条 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（以下「不適正な取引行為」という。）を行ってはならない。
- (1) 次のいずれかの手段により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
 - ア 商品等の内容その他消費者の判断に影響を及ぼすこととなる事項について、消費者に事実と異なることを告げること。
 - イ 将来の不確実な事項について断定的判断を提供することその他消費者に誤信を生じさせる情報を提供すること。
 - 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。
 - エ 消費者を威迫し、消費者に不安を覚えさせ、又は消費者の心理を操作すること。
 - オ 商品等に関し十分な知識を有しないことその他の事情により、消費者の判断力が不足していることに配慮しないこと。
 - (2) 消費者の利益を害する内容の契約を締結させる行為
 - (3) 契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いがあるものを含む。）に基づく債務の履行を不当に強要する行為
 - (4) 契約に基づく債務の履行を不当に遅延し、若しくは拒否する行為
 - (5) 消費者の正当な根拠に基づく契約の解除若しくは申込みの撤回その他の行為（以下「解除等」という。）を妨げて契約の存続若しくは成立その他の行為を強要し、又は解除等に基づく債務の履行を不当に遅延し、若しくは拒否する行為

(不適正な取引行為の調査)

- 第21条 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。
- 2 市長は、必要があると認めるときは、事業者

に対し、その行為が適正なものであることの立証その他前項の規定による調査に必要な協力を求めることができる。

(警察署等との連携)

- 第22条 市長は、不適正な取引行為を防止するため、警察署その他の関係行政機関との密接な連携を確保しなければならない。

第4節 消費者に対する情報の提供

- 第23条 本市、事業者、事業者団体及び消費者団体は、食の安全及び環境に配慮した商品等に関する情報その他の消費生活を営む上で有益であると認められる情報の入手に努めなければならない。
- 2 本市、事業者、事業者団体及び消費者団体は、消費者の消費生活における自立並びに消費生活の安心、安全、安定及び向上に寄与するよう、消費者に対し、前項の情報を迅速かつ適切に提供しなければならない。

第5節 消費者教育の推進

- 第24条 本市は、消費者の年齢その他の特性に配慮しながら、消費者の消費生活における自立を目指した教育（啓発活動を含む。）の推進に努めなければならない。
- 2 本市は、家庭、地域、職場、学校その他の場において、消費者が消費生活について学習する機会の拡大を図られるよう、必要な施策を講じなければならない。

第6節 消費生活に関する意見の反映

- 第25条 市長は、消費者が消費生活に関し意見を述べる機会を確保するとともに、当該意見を消費生活施策に適切に反映させるために必要な措置を講じるよう努めなければならない。
- 2 事業者は、消費者の消費生活に関する意見をその事業に適切に反映させるよう努めなければならない。
 - 3 消費者（本市の区域内に住所を有する者に限る。第27条第1項において同じ。）は、この条例の規定に基づく消費生活施策が十分に講じられていないため、広く消費者の消費者権が侵害され、又は侵害されるおそれがあると認めるときは、市長に対し、適切な措置を講じるよう申し出ることができる。
 - 4 市長は、前項の規定による申出があったときは、必要な調査を行い、その結果に基づき必要があると認めるときは、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。
 - 5 市長は、前項の規定による調査の結果、必要があると認めるときは、この条例の規定に基づく措置その他適当な措置を講じなければならない。

第7節 消費者権の侵害の発生又はその拡大の防止及びその侵害に対する救済

(緊急時の公表)

- 第26条 市長は、第3条第1項第1号から第3号までに掲げる権利の侵害の発生又はその拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは、商品等の名称、事業者の氏名又は名称その他必要な事項を公表することができる。
- 2 前項の規定による公表は、同項の権利の侵害の発生又はその拡大を防止するために必要な限度を超えないものでなければならない。
 - 3 市長は、第1項の規定による公表をしたときは、遅滞なく、その旨及びその公表の内容を第36条に規定する審議会に報告しなければならない。

(助言、あっせん等の要求)

- 第27条 消費者は、第3条第1項第1号から第6号までに掲げる権利が侵害され、又は侵害されるおそれがあると認めるときは、市長に対し、当該権利の侵害の発生若しくはその拡大を防止し、又は当該権利を救済するために必要な助言、あっせんその他の援助を行うよう求めることができる。
- 2 市長は、前項の規定による求めがあった場合において、必要があると認めるときは、速やかに、その求めに応じなければならない。

(調停)

- 第28条 市長は、前条第1項の規定による求めがあった場合において、必要があると認めるときは、別に定めるところにより、第36条に規定する審議会による調停に付することができる。
- 2 事業者は、前項の審議会の呼出しを受けたときは、これに応じなければならない。

(設立費用の補助)

- 第29条 市長は、次の各号のいずれにも該当するときは、別に定めるところにより、消費者訴訟（消費者権の侵害の有無を争点とする訴訟をいう。以下同じ。）に係る事件の当事者である団体（消費者によって組織されたものに限る。）に対し、当該団体の設立に要した費用の全部又は一部を補助することができる。
- (1) 消費者訴訟に係る事件が前条第1項の調停に付されたものであるとき。
 - (2) 消費者権の侵害の内容、性質その他の事情に照らして、広く消費者の消費者権が侵害され、又は侵害されるおそれがあると認めるとき。
 - 2 前項の規定に基づく補助については、京都市補助金等の交付等に関する条例の規定を適用する。

(訴訟に要する資金の貸付け)

第30条 市長は、前条第1項各号のいずれにも該当するとき(消費者又は消費者団体が被告となる消費者訴訟にあっては、同項第2号に該当するとき)は、別に定めるところにより、同項の団体又は消費者に対し、消費者訴訟に要する資金を貸し付けることができる。

(返還の免除)

第31条 市長は、第29条第1項の団体又は消費者に対して敗訴を言い渡した裁判が確定した場合その他特にやむを得ない理由がある場合であって、当該団体又は当該消費者が前条の規定により貸付けを受けた資金を返還することができなくなったときは、当該資金の全部又は一部の返還を免除することができる。

第8節 雑則

(報告又は資料の提出)

第32条 市長は、消費者権の実現を図るため必要な限度において、事業者に対し、商品等の内容その他必要な事項について報告又は資料の提出を求めることができる。

(立入調査等)

第33条 市長は、消費者権の実現を図るため必要な限度において、市長が指定する職員に、事業者の製造所、営業所その他の場所に立ち入り、必要な調査をさせ、又は関係者に質問させることができる。
2 前項の規定により立入調査又は質問をする職員は、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1項の規定による立入調査又は質問の権限は、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。

(事業者に対する指導)

第34条 市長は、事業者が次の各号のいずれかに該当するときは、当該事業者に対し、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をすることができる。
(1) 第14条第3項(第15条第2項及び第17条第2項において準用する場合を含む。)、第16条、第18条、第19条第1項又は第20条の規定に違反していると認めるとき。
(2) 正当な理由がなく、第12条第3項又は第21条第2項の規定による求めに応じないとき。

(事業者に対する勧告及び公表)

第35条 市長は、事業者に対し前条の規定による指導を行った場合において当該事業者による同条の措置が不十分であると認めるときは、当該事業者に対し、相当の期限を定めて、同条

の措置を的確に講じるよう勧告することができる。

- 2 市長は、前項の規定による勧告を受けた者が、正当な理由がなく、その勧告に従わないときは、その旨及びその勧告の内容を公表することができる。
- 3 市長は、第1項の規定による勧告をしたときは、その旨及びその勧告の内容を、同項の事業者が所属する事業者団体、当該事業者と契約関係にある他の事業者(市長が当該関係を知っている場合に限る。)その他市長が適当と認める者に通知しなければならない。
- 4 市長は、事業者が次の各号のいずれかに該当するときは、その旨を公表することができる。
 - (1) 正当な理由がなく、第28条第2項の規定による呼出しに応じないとき。
 - (2) 正当な理由がなく、第32条の規定による報告若しくは資料の提出をせず、又は虚偽の報告若しくは資料の提出をしたとき。
 - (3) 正当な理由がなく、第33条第1項の規定による立入調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、又は質問に対して陳述せず、若しくは虚偽の陳述をしたとき。

第4章 消費生活審議会

(審議会)

第36条 第28条第1項の規定により調停を行うほか、消費生活基本計画の策定その他この条例の施行に関する重要事項について、市長の諮問に応じ、調査し、及び審議するとともに、当該事項について市長に対し、意見を述べるため、京都市消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

(審議会の組織)

第37条 審議会は、委員20人以内をもって組織する。
2 委員は、学識経験のある者、事業者団体に所属する者、消費者団体に所属する者その他市長が適当と認める者のうちから、市長が委嘱し、又は任命する。

(委員の任期)

第38条 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
2 委員は、再任されることができる。

(専門委員)

第39条 審議会に、第28条第1項の規定により調停を行わせ、又は特別の事項を審議させるため必要があるときは、専門委員を置くことができる。

(意見の聴取)

第40条 市長は、消費生活基本計画、商品等表示基準、単位価格表示基準、包装基準及び第20条に規定する別に定めるものを定め、又は変更し、若しくは改正しようとするときは、あらかじめ、審議会の意見を聴かなければならない。

第5章 雑則

(委任)

第41条 この条例において別に定めることとされている事項及びこの条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、平成17年10月1日から施行する。

(経過措置)

(略)

附 則(平成21年12月22日条例第32号)抄

(施行期日)

1 この条例は、平成22年4月1日から施行する。

○京都市消費生活条例施行規則

昭和 51 年 2 月 28 日
規則第 96 号 (制定)
平成 17 年 9 月 30 日規則第 67 号

目次

- 第 1 章 総則 (第 1 条)
- 第 2 章 消費者権の実現を図るための施策
 - 第 1 節 不適正な取引行為 (第 2 条)
 - 第 2 節 調停 (第 3 条～第 9 条)
 - 第 3 節 消費者訴訟に係る事件の当事者である団体の設立費用の補助 (第 10 条)
 - 第 4 節 訴訟に要する資金の貸付け (第 11 条～第 15 条)
 - 第 5 節 身分証明書 (第 16 条)
- 第 3 章 消費生活審議会 (第 17 条～第 22 条)
- 第 4 章 雑則 (第 23 条)

附則

第 1 章 総則

(用語)

第 1 条 この規則において使用する用語は、京都市消費生活条例 (以下「条例」という。)において使用する用語の例による。

第 2 章 消費者権の実現を図るための施策

第 1 節 不適正な取引行為

第 2 条 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。

第 2 節 調停

(調停を行う旨の通知)

第 3 条 審議会は、調停を行おうとするときは、その旨を条例第 27 条第 1 項の規定による求めをした消費者及びその相手方となる事業者 (以下「関係当事者」という。)に通知するものとする。

(意見の聴取等)

第 4 条 審議会は、調停を行うため必要があると認めるときは、関係当事者その他の関係人に対し、出席を求め、意見若しくは説明を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

(調停案の受諾の勧告)

第 5 条 審議会は、関係当事者間に合意が成立することが困難であると認める場合において、相当であると認めるときは、一切の事情を考慮して調停案を作成し、関係当事者に対し、相当の期限を定めて、その受諾を勧告するものとする。

(調停案の受諾)

第 6 条 前条の規定により調停案の受諾の勧告を受けた者は、文書により、当該調停案を受諾し、又は受諾しない旨を審議会に申し出なければならない。

(調停の打ち切り)

第 7 条 審議会は、次の各号のいずれかに該当するときは、調停を打ち切ることができる。
(1) 審議会が関係当事者間に合意が成立する見込みがないと認めるとき。
(2) 関係当事者が調停以外の方法により調停に係る紛争の解決を図ろうとしたとき。
2 第 5 条の規定による勧告がされた場合において、同条の期限までに関係当事者の双方から受諾する旨の申出がなかったときは、調停は、打ち切られたものとみなす。

(報告)

第 8 条 審議会は、調停が終わったときは、速やかに当該調停の経過及びその結果を市長に報告しなければならない。

(調停の非公開)

第 9 条 調停の手続は、公開しない。

第 3 節 消費者訴訟に係る事件の当事者である団体の設立費用の補助

第 10 条 条例第 29 条第 1 項の規定による補助を受けようとする団体は、当該団体の設立の日の翌日から起算して 30 日以内に、次に掲げる事項を記載した申請書に領収書その他の当該団体の設立に要した費用の額を証する書類を添えて、市長に提出しなければならない。
(1) 団体の名称及び代表者名並びに主たる事務所の所在地
(2) 補助を受けようとする額及び次に掲げる区分に応じたその内訳
ア 会議場の借用に要した費用
イ 会議の資料の作成に要した費用
ウ 通信連絡に要した費用
(3) 団体を設立した理由

第 4 節 訴訟に要する資金の貸付け

(貸付けの申請)

第 11 条 条例第 30 条の規定による貸付けを受けようとするもの (以下「貸付申請者」という。)は、訴訟に要する資金 (以下「訴訟資金」という。)が必要となったつど、次に掲げる事項を記載した申請書に訴状の写し又はその案その他市長が必要と認める書類を添えて、市長に提出しなければならない。
(1) 貸付申請者の氏名及び住所 (団体にある場合は、名称及び代表者名並びに主たる事務所の所在地。第 3 号エ及びオにおいて同じ。)

- (2) 貸付けを受けようとする額及びその内訳
- (3) 一の訴訟につき初めて貸付けを申請する場合にあっては、訴訟に関する次に掲げる事項
 - ア 訴訟資金の予定額
 - イ 訴訟を提起した、提起しようとする、又は提起された裁判所の名称
 - ウ 貸付申請者の訴訟代理人の氏名及び住所
 - エ 原告の氏名及び住所
 - オ 被告の氏名及び住所
 - カ 請求の趣旨
 - キ 請求の原因
 - ク 訴訟を提起した、提起しようとする、又は提起された理由

(貸付けの決定等)

第 12 条 市長は、前条の規定による申請があった場合において、訴訟資金の貸付けをすることを適当と認めるときは、訴訟資金の貸付け、貸付額及び貸付けの条件を決定し、その旨を文書により貸付申請者に通知するとともに、これを貸し付ける。

(報告、検査及び指示)

第 13 条 市長は、必要があると認めるときは、訴訟資金の貸付けを受けたものに対し、訴訟資金の貸付けに関し必要な事項について、報告を求め、検査し、又は指示することができる。

(貸付けの取消し等)

第 14 条 市長は、訴訟資金の貸付けを受けたものが次の各号のいずれかに該当するときは、訴訟資金の貸付けの決定を取り消し、又は期限を定めて訴訟資金の全部若しくは一部の繰上げ返還を命じることがある。
(1) 不正の手段により訴訟資金の貸付けを受けようとし、又は受けたとき。
(2) 訴訟資金の貸付けの目的に反して訴訟資金を使用したとき。
(3) 訴訟資金の貸付けの条件に違反したとき。

(返還の免除の申請)

第 15 条 条例第 31 条の規定により貸付けを受けた資金の全部又は一部の免除を受けようとするものは、免除を受けようとする理由を記載した申請書に当該理由を証する書類を添えて、市長に提出しなければならない。

第 5 節 身分証明書

第 16 条 条例第 33 条第 2 項に規定する身分を示す証明書は、別記様式によるものとする。

第 3 章 消費生活審議会

(審議会の会長)

第 17 条 審議会に会長を置く。
2 会長は、学識経験のある委員のうちから、委員が選挙する。
3 会長は、審議会を代表し、会務を総理する。
4 会長に事故があるときは、あらかじめ会長の指名する委員がその職務を代理する。

(審議会の招集及び議事)

第 18 条 審議会は、会長が招集する。ただし、会長及びその職務を代理する者が在任しないときの審議会は、市長が招集する。
2 会長は、会議の議長となる。
3 審議会は、委員及び議事に関係がある専門委員 (以下「委員等」という。)の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。
4 審議会の議事は、出席した委員等の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。
5 審議会は、必要があると認めるときは、委員等以外の者に対して、意見の陳述、説明その他必要な協力を求めることができる。

(委員等の除斥)

第 19 条 委員等は、直接の利害関係がある事項については、その議事に加わることができない。

(部会)

第 20 条 審議会は、特別の事項を調査し、及び審議させるため必要があると認めるときは、部会を置くことができる。
2 部会は、会長が指名する委員及び専門委員をもって組織する。
3 部会ごとに部会長を置く。
4 部会長は、学識経験のある委員のうちから、当該部会に属する委員が選挙する。ただし、学識経験のある委員が 1 人であるときは、当該委員を部会長とする。
5 部会長は、その部会の事務を掌理する。
6 部会長に事故があるときは、あらかじめ部会長の指名する委員がその職務を代理する。
7 部会長は、部会の調査及び審議が終了したときは、当該調査又は審議の結果を審議会に報告しなければならない。
8 審議会は、その定めるところにより、部会の決議をもって審議会の決議とすることができる。
9 審議会は、その定めるところにより、部会に調停を行わせることができる。

(審議会の庶務)

第 21 条 審議会の庶務は、文化市民局において行う。

(審議会に関する補則)

第 22 条 この規則に定めるもののほか、審議会

の運営に関し必要な事項は、会長が定める。

第4章 雑則

(補則)

第23条 この規則に定めるもののほか、条例の施行に関し必要な事項は、文化市民局長が定める。

附則

(施行期日)

1 この規則は、平成17年10月1日から施行する。

(関係規則の廃止)

2 京都市消費者保護条例第9条第2号の不当取引を定める規則は、廃止する。

附則(平成21年3月31日規則第99号)

この規則は、平成21年4月1日から施行する。

附則(平成22年3月31日規則第142号)

この規則は、平成22年4月1日から施行する。

別表(第2条関係)

(1) 条例第20条第1号に該当する行為にあっては、次のいずれかの手段により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
ア 官公署等の職員等の身分の詐称等(自らを官公署、公共的団体若しくは公益事業を行う団体(以下「官公署等」という。)の職員であると誤信させるような言動若しくは表示又は官公署等の許可、認可、後援等を得ていると誤信させるような言動若しくは表示を行うことをいう。)

イ 他人の商号等の使用(他人の商号、商標その他の表示又はこれらに類似する商号、商標その他の表示を使用することをいう。)

ウ 事業者情報の不提供等(事業者の事務所の所在地、電話番号、担当者の氏名その他の取引に必要な事業者に関する情報を提供せず、又は当該情報について虚偽の表示をすることをいう。)

エ 商品の内容等の重要事項の虚偽告知(商品等の内容又は取引の内容、条件若しくは仕組み(以下「商品の内容等」という。)に関する重要な事項について、虚偽の事実を告げることをいう。)

オ 商品の内容等の誇大説明(商品の内容等について、実際のものよりも著しく優良又は有利であると誤信させるような説明をすることをいう。)

カ 商品の内容等の不利益事実の不告知(商品の内容等に関する重要な事項について、消費者にとって不利益となる事実を告げないことをいう。)

キ 過去の損害回復等のための虚偽説明(過去の取引により生じた損害を回復し、又は損害の拡大を防止することができると思信させるような説明をすることをいう。)

ク 断定的判断の提供等(将来における変動が不確実な事項について、断定的判断を提供し、又は確実であると誤信させるような言動若しくは表示を行うことをいう。)

ケ 他の事業者に係る商品等の虚偽告知(他の事業者又はその者が販売し、又は提供する商品等について、虚偽の事実を告げることをいう。)

コ 法的義務の虚偽説明(消費者の一定の作為又は不作為が法令又は条例により義務付けられていると誤信させるような説明をすることをいう。)

サ 法定書面の不交付(割賦販売法第4条、特定商取引に関する法律第4条又は第5条その他の法令の規定により、交付が義務付けられている書面を交付しないことをいう。)

シ 路上等での執ような勧誘等(道路、駅その他多数の者が往来し、又は来集する場所において、消費者を呼び止め、その場で、又は営業所その他の場所に誘引して、当該消費者を執ように勧誘し、欺き、又は威迫することをいう。)

ス 呼出しによる執ような勧誘等(電話、電子メールその他の通信手段を用いて、消費者を営業所その他の場所に呼び出し、当該消費者を執ように勧誘し、欺き、又は威迫することをいう。)

セ 電話による執ような勧誘等(消費者に電話を掛け、当該消費者を執ように勧誘し、欺き、又は威迫することをいう。)

ソ 恋愛感情の利用(消費者の恋愛感情を利用することをいう。)

タ あおり行為(販売し、又は提供しようとする商品等以外の商品等は無償又は著しく低い対価で提供することにより、消費者の消費をあおり、合理的な判断を妨げることをいう。)

チ 心理的負担の押し付け(親切を装い、又は商品等は無償若しくは著しく低い対価で提供することにより、消費者に心理的な負担を負わせることをいう。)

ツ 販売目的の隠匿(商品等を販売し、若しくは提供する意図を隠し、当該商品等の販売若しくは提供以外の行為が主要な目的であるように装い、又はそのような装いをした内容の広告その他の表示をすることをいう。)

テ 不適切な時間帯における訪問等(消費者の意に反して、早朝若しくは深夜に、又は消費者が正常な判断を行うことが困難な状態のときに、訪問し、又は電話を掛けることをいう。)

ト 不退去又は消費者の退去の妨害(消費者の住居、勤務先その他の場所において当該消費者から退去の要求があるにもかかわらず退去せず、又は営業所その他の場所において消費者が当該場所から退去する旨の意思表示をしている

にもかかわらずこれを妨げることをいう。)

ナ 心理的不安の惹起(消費者の生命、財産、運命等の不安をあおるほか、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をいう。)

ニ 異常高額の提示(消費者に商品等の価格が社会通念に照らし合理的なものかどうかにつき、適切な判断の機会を与えず、異常に高額な価格を提示することをいう。)

ヌ 次々契約(消費者がその意に反して契約を締結した後、当該契約を締結した事業者又は他の事業者が、当該消費者に対し、新たな契約の締結の勧誘を執ように行うことをいう。)

ネ 判断力の不足への無配慮(認知症その他の事情による消費者の判断力の不足に配慮しないことをいう。)

ノ 不適格者への無配慮(消費者の知識、経験、財産、収入その他の状況に照らし、当該消費者が契約を締結するにつき十分な適格性を有しないことに配慮しないことをいう。)

ハ 不招請執よう勧誘(消費者の意に反して、契約の締結の勧誘を執ように行うことをいう。)

ヒ 消費者の意に反する資金調達(消費者の意に反して、資金の調達の勧誘を執ように行うことをいう。)

フ アからヒまでに掲げる手段に準じる手段

(2) 条例第20条第2号に該当する行為にあっては、次のいずれかの内容の契約を締結させる行為

ア 消費者の過重責任(解除等に際して、不当に高額又は高率の違約金の支払を消費者に義務付けることをいう。)

イ クレジットカード等の不正利用に係る不当責任(消費者が使用するクレジットカード、会員証又は暗証番号が当該消費者以外の者により不正に使用された場合に、当該消費者に対し、不当にその責任を負わせることをいう。)

ウ 事業者の責任の不当な免除等(事業者の責任を不当に免除し、又は軽減することをいう。)

エ 消費者にとって不利な裁判管轄等(民事訴訟法第11条第1項の規定による管轄の合意の内容又は仲裁法第2条第1項に規定する仲裁合意の内容が消費者にとって著しく不利であるものをいう。)

オ 一方的な契約変更権の取得(消費者以外の者が契約条件を当該消費者に不当に不利益をもたらす、又はそのおそれがあるものに一方的に変更することができるようにすることをいう。)

カ 不明確な内容(契約の条項の解釈について疑義が生じ、消費者に著しい不利益を

もたらすおそれがある内容をいう。)

キ 過量販売等(消費者が当面必要としない不当に多量の商品等を販売し、又は提供することをいう。)

ク 不当長期拘束(消費者による解除等を禁止し、契約を不当に長期間存続させることをいう。)

ケ 支払能力を超える与信(消費者の支払能力を超える信用を供与することをいう。)

コ 不適正な取引行為に係る契約に関する信用の供与(信用を供与する契約の媒介、取次ぎ、代理その他これらに類する行為を引き受けた事業者で商品等を販売し、又は提供するもの(当該事業者の代理人その他当該事業者に代わるべき者を含む。以下「販売事業者等」という。)が、不適正な取引行為により当該商品等を販売し、若しくは提供していることを知り、又は販売事業者等を適切に審査し、若しくは管理していれば不適正な取引行為の事実を知ることができたにもかかわらず、消費者が当該商品等の販売又は提供を受けるために、当該消費者に対し、信用を供与することをいう。)

サ 重要事項の虚偽表示(消費者に対し、その年齢又は収入その他契約を締結するうえで重要な事項を偽るよう唆し、当該事項を偽ることをいう。)

シ 名義貸しの責任負担(消費者に対し名義の貸与を求め、当該消費者の意に反する責任を負わせることをいう。)

ス 消費者公序違反(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。)

セ アからスまでに掲げる内容に準じる内容

(3) 条例第20条第3号に該当する行為にあっては、次のいずれかの手段により、契約(契約の成立又はその内容について当事者間で争いがあるものを含む。)に基づく債務の履行を不当に強要する行為

ア 不適切な時間帯における訪問等(消費者の意に反して、早朝若しくは深夜に、又は消費者が正常な判断を行うことが困難な状態のときに、訪問し、又は電話を掛けることをいう。)

イ 信用情報機関への情報提供の予告(正当な理由がなく、消費者に不利益をもたらすおそれがある情報を信用情報機関(消費者の支払能力に関する情報の収集及び事業者に対する当該情報の提供を行う機関をいう。)に通知する旨を予告することをいう。)

ウ 事業者に関する情報の不開示等(事業者の事務所の所在地、電話番号、担当者の氏名その他事業者に連絡を取るために必要な情報を明らかにせず、又はこれらについて虚偽の表示をすることをいう。)

エ 資金調達の強要等(消費者を欺き、又は

- オ 威迫して、当該消費者に資金を調達させることをいう。
- オ 抗弁権の接続拒否（信用を供与する契約において、正当な理由に基づき支払の請求を拒否する旨の消費者の抗弁を否認することをいう。）
- カ 不当な心理的操作等（消費者を欺き、威迫し、又は困惑させることをいう。）
- キ 商品等の一方的提供による支払の請求（消費者の意に反して、商品等を提供し、その対価の支払を請求することをいう。）
- ク 契約書の無断作成（契約書を消費者に無断で作成することにより、契約の成立を主張することをいう。）
- ケ 契約の成立の一方的な主張（契約の成立又はその内容について、当事者間で争いがあるにもかかわらず、一方的に契約の成立又はその内容を主張することをいう。）
- コ 消費者の親族等に対する債務の履行の強要（消費者の親族その他の法律上債務を履行する義務を有しない者に対し、当該消費者との契約に基づく債務の履行を強要することをいう。）
- サ クレジットカード等の不正利用に係る不当追及（消費者が使用するクレジットカード、会員証又は暗証番号が当該消費者以外の者により不正に使用された場合に、当該消費者に対し、不当にその責任を追及することをいう。）
- シ 虚偽内容の契約書作成（成立した契約の内容と異なる内容を記載した契約書を作成することをいう。）
- ス 架空請求（消費者に対し、法律上支払う義務がない債務の履行を求めることをいう。）
- セ アからスまでに掲げる手段に準じる手段

(4) 条例第20条第4号に該当する行為にあっては、次のいずれかの手段により、契約に基づく債務の履行を不当に遅延し、又は拒否する行為

- ア 不適切な処理（消費者の苦情その他の意見に対し、適切な処理を行わないことをいう。）
- イ 債務の一方的な変更又はその履行の中止（債務の内容を消費者に不利益をもたらすものに一方的に変更し、又は債務の履行を一方的に中止することをいう。）
- ウ ア又はイに掲げる手段に準じる手段

(5) 条例第20条第5号に該当する行為にあっては、次のいずれかの手段により、消費者の正当な根拠に基づく解除等を妨げて契約の存続若しくは成立その他の行為を強要し、又は解除等に基づく債務の履行を不当に遅延し、若しくは拒否する行為

- ア 解除等に係る重要な事項の不告知等（消費者の解除等の意思表示に対し、当該

解除等を行うことができることその他の重要な事項を告げず、又は当該解除等を行うことができないことその他の不当な内容を告げることをいう。）

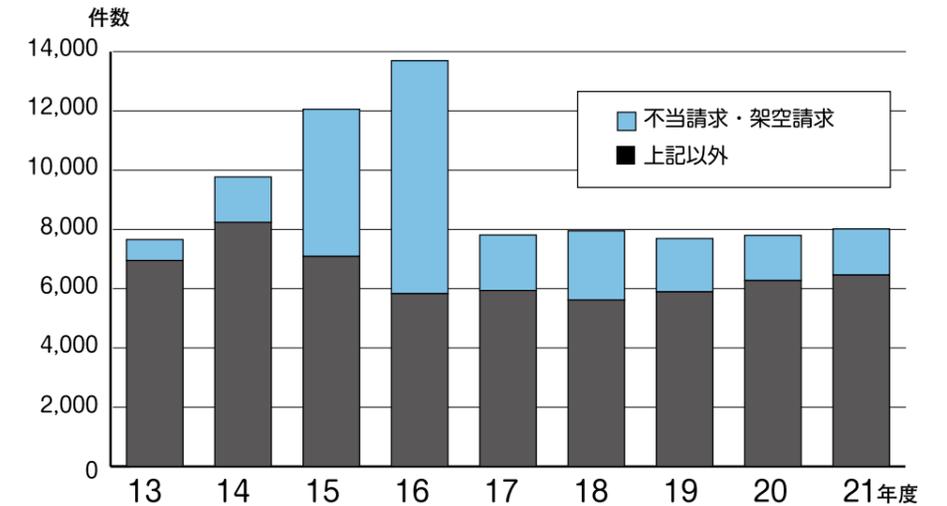
- イ 口頭による解除等の意思表示の否認（消費者の口頭による解除等の意思表示に対し、当該解除等の意思表示が書面により行われなかったことを理由に、当該意思表示の効果を不当に否認することをいう。）
- ウ 商品等の使用等の誘導による妨害（商品等の使用又は利用を消費者に誘導し、その後、当該使用又は利用を理由に、当該消費者の解除等の意思表示の効果を否認することをいう。）
- エ 不当に高額な違約金の請求（消費者の解除等の意思表示に対し、取引の慣行その他事業者間の取決めその他の理由を主張して、不当に高額な違約金を請求することをいう。）
- オ 解除等の意思表示の効果の否認（消費者の解除等の意思表示に対し、当該意思表示の効果の全部又は一部を否認することをいう。）
- カ 解除等の意思表示の妨害（消費者の解除等の意思表示を妨害することをいう。）
- キ 新契約の締結の強要（消費者の解除等の意思表示に対し、当該解除等を行った契約以外の契約を新たに締結することを強要することをいう。）
- ク 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。）
- ケ 解除等に基づく原状回復義務等の怠り（消費者の解除等の意思表示に対し、当該意思表示の効果を認めたにもかかわらず、当該解除等に基づく原状回復の義務その他の義務の履行を怠ることをいう。）
- コ アからケまでに掲げる手段に準じる手段

別記様式（第16条関係）

第 号	身分証明書
所属	
職名	
氏名	
年 月 日生	
上記の者は、京都市消費生活条例第33条第1項の規定により立入調査又は質問を行う職員であることを証明します。	
年 月 日	
京都市長	印

5 統計資料（京都市の消費生活相談件数）

(1) 消費生活相談件数の推移



年度	13	14	15	16	17	18	19	20	21
件数	7,658	9,770	12,056	13,694	7,812	7,952	7,692	7,801	8,016

(内訳)

不当請求・架空請求	707	1,528	4,969	7,862	1,874	2,334	1,800	1,526	1,557
上記以外	6,951	8,242	7,087	5,832	5,938	5,618	5,892	6,275	6,459

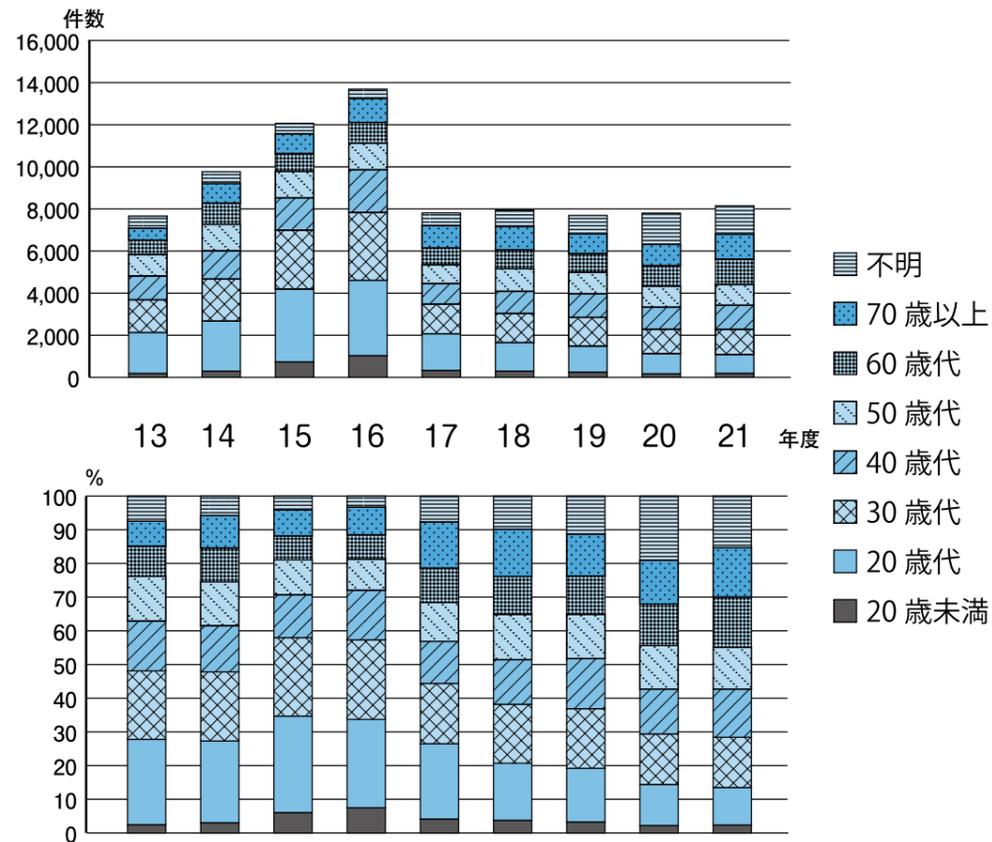
平成16年度をピークとする相談件数の増加は、不当請求・架空請求に関する相談の増加が主な要因となっています。平成17年度以降は、重点的な啓発や警察の取締り、マスコミ報道等により、不当請求・架空請求に関する相談は、大幅に減少しました。
しかしながら、平成21年度においても、消費生活相談の内容別区分では、第1位を占めています。

(2) 内容別相談件数

内容別相談件数 上位10（平成21年度）

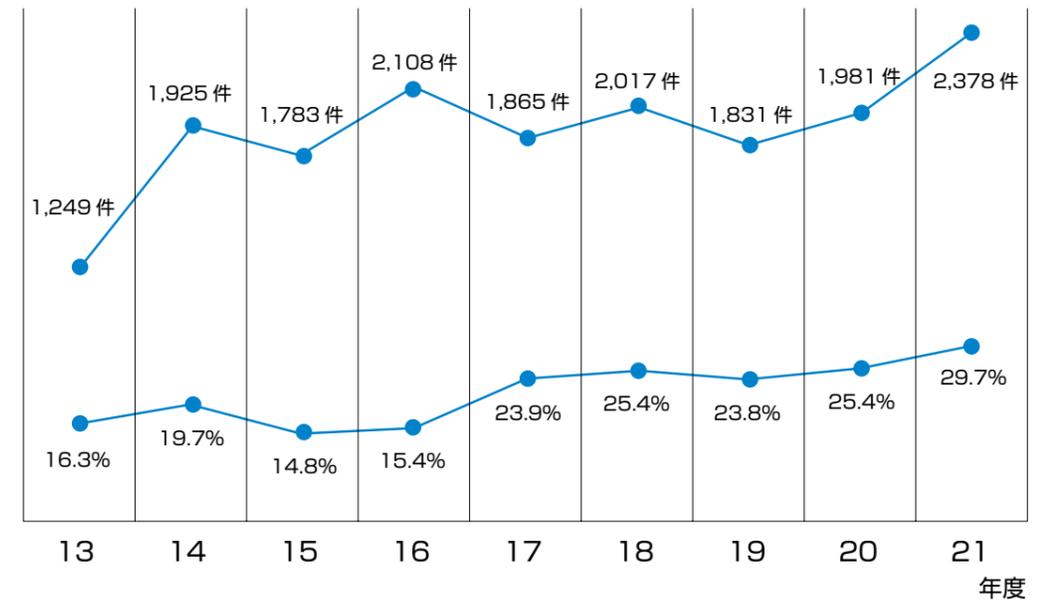
順位	商品・役務名	件数	構成比
1	不当請求・架空請求	1,557	19.4%
2	フリーローン・サラ金	861	10.7%
3	集合住宅	704	8.8%
4	戸建住宅	223	2.8%
5	書籍・印刷物	187	2.3%
6	電報・電話	172	2.2%
7	自動車	135	1.7%
8	教室・講座	127	1.6%
9	預貯金・証券等	118	1.5%
10	生命保険等	115	1.4%

(3) 年齢別相談件数の推移 (契約当事者の年齢別)



年齢\年度	13	14	15	16	17	18	19	20	21
不明	570 7.5%	570 5.8%	491 4.1%	453 3.3%	599 7.7%	781 9.8%	865 11.3%	1,483 19.0%	1,222 15.3%
70歳以上	566 7.4%	934 9.6%	943 7.8%	1,127 8.2%	1,072 13.7%	1,125 14.1%	953 12.4%	1,016 13.0%	1,181 14.7%
60歳代	683 8.9%	991 10.1%	840 7.0%	981 7.2%	793 10.2%	892 11.2%	878 11.4%	965 12.4%	1,197 14.9%
50歳代	1,020 13.3%	1,269 13.0%	1,259 10.4%	1,276 9.3%	897 11.5%	1,070 13.5%	1,017 13.2%	1,007 12.9%	996 12.4%
40歳代	1,135 14.8%	1,337 13.7%	1,528 12.7%	2,017 14.7%	975 12.5%	1,051 13.2%	1,136 14.8%	1,035 13.3%	1,142 14.3%
30歳代	1,556 20.3%	2,000 20.5%	2,804 23.3%	3,228 23.6%	1,401 17.9%	1,388 17.5%	1,362 17.7%	1,173 15.0%	1,196 14.9%
20歳代	1,947 25.4%	2,374 24.3%	3,463 28.7%	3,586 26.2%	1,751 22.4%	1,348 17.0%	1,234 16.0%	950 12.2%	896 11.2%
20歳未満	181 2.4%	295 3.0%	728 6.0%	1,026 7.5%	324 4.1%	297 3.7%	247 3.2%	172 2.2%	186 2.3%
合計	7,658	9,770	12,056	13,694	7,812	7,952	7,692	7,801	8,016

(高齢者 (60歳以上) の相談件数の推移)



(若年者 (30歳未満) の相談件数の推移)



消費者被害では、一人暮らしの方が多く、かつ、社会経験の乏しい若年者や判断能力の衰えの見られる高齢者が特に被害に遭いやすい年代と言われており、本市の相談件数においても、約半数をこのような年代の方が占めています。
消費者の自立支援について、年代別に分けて検討する場合、大まかな区分としては、若年者、高齢者、その他の年代の3区分に分けて考えることができます。

6 クーリング・オフマン とは・・・？

モチーフは、正義の味方
平成 17 年度に市民総合相談課で作成した
若者向け消費啓発パンフレット「契約ナビ」の
ストーリー漫画のキャラクターとして登場



(「契約ナビ」より)

作画者は、当時、京都精華大学大学院芸術研究科ストーリーマンガ専攻の石田
葉月氏である。

平成 18 年度末には、消費者啓発・広報事業に使用する目的で、京都精華大
学に追加のポーズのデザインを委託し、作成した。以後、市民総合相談課の消
費者啓発や広報において、使用している。

平成 21 年度からは、啓発チラシやパンフレット等にとどまらず、地下鉄
駅構内での相談窓口周知看板に使用するなど、活躍の機会を広げている。

平成 22 年 8 月に市内小学校に配付した小学生向け消費者教育教材アニメーション
DVD「クーリング★オフマンと学ぼう！ かしこい消費者になるために」は、
クーリング・オフマンをメインキャラクターとして作成したものである。

