

逐 条 解 説

東京都消費生活条例

令和6年10月



東京都 生活文化スポーツ局

[凡 例]

1 本文で用いている条例等の略称

- (1) 東京都消費生活条例 …………… 本条例、この条例、条例
- (2) 東京都消費生活条例施行規則 …………… 施行規則、規則
- (3) 東京都消費生活対策審議会 …………… 消対審、審議会
- (4) 東京都被害救済委員会 …………… 被害救済委員会、委員会
- (5) 特定商取引に関する法律 …………… 特定商取引法

2 条文の下線は、語句の説明箇所を示す。

条例の変遷

「東京都生活物資等の危害の防止、表示等の事業行為の適正化及び消費者被害救済に関する条例」
昭和 50 年 10 月 22 日 公布 昭和 50 年 12 月 10 日 施行



改正時期	改正点	主な内容
改正 平成元年 3 月 31 日 施行 平成元年 7 月 1 日	「消費者の定義」 (第 2 条第 1 項)	・「生活物資等を消費して生活する者」を「生活物資等を使用し、又は利用して生活する者」に改正
	「生活物資等」の定義 (第 2 条第 4 項)	・物資、サービスに加え、その他のものとして、会員権等明確に分類できないものを追加
	「品質等の表示」への加筆 (第 11 条第 1 項)	・指定できる表示事項等に、「サービス内容の具体的事項」を追加
	「不適正な取引行為の防止」を新設 (第 19 条、第 20 条、第 21 条)	・不適正な取引の類型を掲げ、不適正な取引の禁止行為を規定 ・不適正な取引行為に関する調査、情報提供について規定
改正 平成 5 年 3 月 31 日 施行 平成 5 年 4 月 1 日	「生活物資等の安全性に関する調査」 条項の加筆 (第 8 条第 1 項)	・安全性についての情報が十分に知らされていない実態があるため、必要と認める生活物資等について、その安全性につき必要な調査を行うことを追加



「東京都消費生活条例」に改正
平成 6 年 10 月 6 日 公布 平成 7 年 1 月 1 日 施行



改正時期	改正点	主な内容
改正 平成 6 年 10 月 6 日 施行 平成 7 年 1 月 1 日	「東京都消費生活条例」に改正	・「東京都生活物資等の危害の防止、表示等の事業行為の適正化及び消費者被害救済に関する条例」に、「東京都消費者被害救済委員会条例」、「東京都消費者訴訟資金貸付条例」、「東京都消費者生活対策審議会条例」を統合
	「前文」の新設	・都民の消費生活の安定と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を明らかにしたもの ・各条項の解釈や運用上の指針として機能するもの
	「目的」の消費者の権利への加筆及び 新設 (第 1 条)	・不適正な取引行為を行わせない権利を第 3 項に加筆 ・消費者教育を受ける権利を第 6 項に新設
	「定義」の明確化 (第 2 条)	・「商品」を消費者が消費生活を営む上において使用する物とした ・「サービス」を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、商品以外のものとした
	消費生活に関する諸施策の加筆 (第 3 条第 3 項から第 4 項) (第 4 条) (第 43 条)	・都の責務として、都民の意見を反映できる必要な措置を講ずること、また、自主的に推進する組織及び調査、研究、学習等の活動への援助及び協力することを追加 ・都が特別区及び市町村への情報提供、調査の実施、技術的支援をすることを追加 ・基本計画を策定し、総合的な調整と推進のために必要な措置をとることを追加

改正時期	改正点	主な内容
改正 平成6年10月6日 施行 平成7年1月1日	「危害防止表示事項等」及び「サービス表示事項等」の指定について追加 (第14条、第16条)	・「危害防止表示事項等」、「商品表示事項等」及び「サービス表示事項等」を指定することができることを追加
	表示、包装又は計量の実態等の調査実施等を新設 (第15条)	・表示、包装又は計量の実態等の調査を実施し、経過及び結果の公表を新設
	クレジット業者等対象の不正取引を追加 (第25条第1項第7号)	・不適正な取引の禁止行為として、クレジット業者等対象の不正取引を追加
	消費者被害救済制度の充実化 (第28条) (第29条)	・消費者への助言その他の措置を講ずることを追加 ・消費者被害救済委員会の定数を増加 ・臨時委員を置くことができると追加 ・小委員会を置くことができると追加
改正 平成14年3月29日 施行 平成14年7月1日	「前文」への加筆	・消費者問題が構造的に発生していることについて加筆 ・東京の消費者問題におけるグローバル化等による変容について加筆 ・消費者・事業者・行政におけるパートナーシップの必要性について加筆 ・「消費者の役割」を明示するため加筆
	不適正な取引行為の禁止規定の追加・改正 (第25条第1項)	・「不確実な事項について断定的判断を提供して」を加筆(第1号) ・「電気通信手段を介して一方的に広告宣伝等を送信することにより消費者に迷惑を覚えさせ」を加筆(第2号) ・「継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること」を加筆(第5号)
	消費生活相談の充実・強化 (第28条)	・「被害の救済のための助言、調査等」について、「仲介によるあっせん」を加筆
	消費者被害救済委員会の役割の明確化と充実・強化 (第29条、第30条)	・被害救済委員会の委員定数変更(学識経験者2人増加) ・「同一又は同種の原因による被害の防止及び救済を図るものとする」と加筆
	審議会への諮問が必須となっている規定の見直し (第45条)	・安全性の再立証、危険な商品又はサービスの排除、不適正事業行為の是正勧告は、審議会への諮問を必須とする事項から削除 ・危害防止のための表示事項、商品の品質等の表示事項、品質等の保証表示事項、単位価格及び販売価格の表示事項の指定について、具体的表示事項や方法等は審議会への諮問を必須とする事項から削除
	勧告・公表する等の諸規定を改正	・勧告の前の行政手続きを「意見の聴取」から「意見陳述の機会の付与」に改正

改正時期	改正点	主な内容
改正 平成18年12月22日 施行 平成19年7月1日	不適正な取引行為の新類型を追加 (第25条第1項第1号、第2号)	・不適正な取引行為の類型に新たに「消費者の自主性を害する不当勧誘行為」と「消費者に対する情報提供義務違反」の2類型を加え、行政指導の対象を拡大
	「重大不適正取引行為」の定義の新設 (第25条の2)	・従来の不適正な取引行為のうち、消費者の利益を著しく害するおそれのある行為を重大不適正取引行為と規定
	「禁止命令」の導入に関する規定の新設 (第51条、別表)	・訪問販売及び電話勧誘販売による土地の広告に係る取引等、条例別表で定める取引について、勧告、公表をしたにもかかわらず、重大不適正取引行為をした場合、又は重大不適正取引行為をした場合において消費者の利益が著しく害されるおそれがあり、緊急の必要があると認めるとき、その事業者に対し、1年以内の期間を限り、契約の締結の勧誘又は契約を締結することを禁止することを命ずることができる規定を新設 またその際、不実告知の有無を判断するために、一定の事項につき事業者に合理的根拠となる資料の提出を要求し、提出がない場合に、不実告知があったものとみなす規定を新設
	「罰則」の新設 (第54条、第55条)	・行政処分等の実効性を確保するため、罰則（過料）を新設 禁止命令違反 5万円以下 禁止命令に関する立入調査等の拒否 3万円以下
改正 平成24年3月30日 施行 平成24年4月1日	消費者被害救済委員会の機能強化 (第29条)	・区市町村及び一定の要件を満たす消費者団体が受け付けた相談案件も委員会審議の対象とする規定を追加 ・委員会の委員定数変更（学識経験者4人増加）
改正 平成26年10月10日 施行 平成26年11月25日	薬事法の改正に伴う規定の整備 (第52条)	・「薬事法」の一部改正により、法律名が「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」に改正されることに伴い、規定を整備

改正時期	改正点	主な内容
改正 平成 27 年 3 月 31 日 施行 平成 27 年 4 月 1 日	消費者教育の目的、基本的事項、各団体等の役割についての明記 (第 41 条、第 41 条の 2 から第 41 条の 4)	・消費者教育の目的について「公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する」を追記 ・幼児期から高齢期に至るまで各段階に応じて体系的に実施する等消費者教育の基本的事項について規定 ・消費者教育の推進に当たっての消費者団体、事業者・事業者団体、消費者の役割等について規定
改正 平成 27 年 3 月 31 日 施行 平成 27 年 7 月 1 日	消費者が売り主となる取引における事業者の不適正な取引行為への対応 (第 25 条)	・中古品の取引等、事業者が消費者との間で行う取引で消費者が売り主となる場合においても、事業者の不適正な取引行為に対して規制を行うこと等を明確化
	不適正な取引行為に係る立入調査における公表要件の整理 (第 46 条の 2、第 50 条)	・都民への迅速かつ適切な情報提供という所期の目的を果たすため、書面による 1 回目の要求を拒否した場合に公表を行う旨を規定
	不適正な取引行為に係る立入調査における関係者の整理 (第 46 条の 2、第 50 条、第 55 条)	・不適正な取引行為を行う事業者だけではなく、当該取引に深く関係する密接関係者に対しても、都の立入調査を可能とする規定を新設
	禁止命令についての整理 (第 51 条、別表)	・モデル・タレントの芸能事務所契約、就活講座・自己啓発セミナー等、外国留学等のあっせん、非宅地の取引について、禁止命令の対象となる取引を新たに追加 ・訪問販売及び電話勧誘販売による土地の広告に係る取引等特定商取引法の対象となった取引を削除

目 次

	頁
前 文	1
第1章 総 則	
第1条 目 的	3
第2条 定 義	5
第3条 都 の 責 務	7
第4条 特別区及び市町村に対する協力	8
第5条 国又は他の地方公共団体との相互協力	9
第6条 国に対する措置要求等	10
第7条 事業者の責務	11
第8条 知事に対する申出	11
第2章 危害の防止	
第9条 安全性に関する調査	14
第10条 危害に関する調査	15
第11条 調査に関する情報提供	17
第12条 危険な商品又はサービスの排除	17
第13条 緊急危害防止措置	18
第14条 危害防止のための表示	19
第3章 表示、包装及び計量の適正化	
第15条 表示等の調査	21
第16条 品質等の表示	22
第17条 品質等の保証表示	24
第18条 単位価格及び販売価格の表示	26
第19条 適正包装の確保	27
第20条 計量の適正化	29
第4章 不適正な事業行為の是正等	
第1節 価格に関する不適正な事業行為の是正	
第21条 価格等の調査	30
第22条 特 別 調 査	30
第23条 不適正事業行為の是正勧告	31
第24条 調査等に関する情報提供	32
第2節 不適正な取引行為の防止	
第25条 不適正な取引行為の禁止	33
第25条の2 重大不適正取引行為	44
第26条 不適正な取引行為に関する調査	47
第27条 不適正な取引行為に関する情報提供	47

第5章 消費者の被害の救済

第28条 被害の救済のための助言、調査等	48
第29条 東京都消費者被害救済委員会	49
第30条 事件の周知	51
第31条 消費者訴訟の援助	52
第32条 貸付けの範囲及び額	53
第33条 貸付けの申込み	53
第34条 貸付けの決定	54
第35条 貸付利率及び償還期限	54
第36条 貸付金の償還	54
第37条 返還債務の免除	55
第38条 違 約 金	55

第6章 情報の提供の推進

第39条 情報の提供等	56
第40条 試験及び研究の結果の情報の提供	57

第7章 消費者教育の推進

第41条 消費者教育の推進	58
第41条の2 消費者の消費者教育への参画	60
第41条の3 消費者団体の役割	61
第41条の4 事業者及び事業者団体の役割	61
第42条 学習条件の整備	61

第8章 消費生活に関する施策の総合的な推進

第43条 基本計画の策定	62
第44条 総合的調整	62

第9章 東京都消費生活対策審議会

第45条 東京都消費生活対策審議会	63
-------------------	----

第10章 調査、勧告、公表等

第46条・第46条の2 立入調査等	66
第47条 告 示	72
第48条 指導及び勧告	72
第49条 意見陳述の機会の付与	73
第50条 公 表	74
第51条 禁 止 命 令	75

第11章 雑則

第52条 適用除外	79
第53条 委 任	80

第12章 罰則

第54条、第55条 過 料	81
---------------	----

附 則	82
-----	----

別 表	84
-----	----

前 文

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

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

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

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

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

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

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

(趣 旨)

この前文は、都民の消費生活の安定と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を明らかにしたものである。条例の根幹をなす消費者の権利について、東京都は、都民とともにその確立を目指すとしており、そのために実効性ある方策を講じることを宣言している。法規範として直接作用はしないが、各条項の解釈や運用上の指針として機能するものである。

前文は、平成6年の全部改正において新設されたものである。平成14年の条例改正において、条例の基本的な趣旨は変更していないが、社会経済状況の変化や消費者問題の動向を受けて、前文についても一部改正を行った。

前文の構成は、①条例の制定がなぜ必要なのか、②条例が何を指向するのか、③都の消費者行政の基本は何か、④条例の根幹をなす消費者の権利、⑤事業者の責務と社会の一員としての消費者の役割等に分けて、社会経済状況の変化に対応して、都民に分かりやすく示している。

第一に、「条例の制定がなぜ必要なのか」の背景として、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した。

第二に、「条例が何を指向するのか」では、都民が、健康で安全かつ豊かな消費生活を営むために、条

例で規定・明示している都の責務、事業者の責務、消費者の役割をそれぞれが積極的に果たすとともに、急激な社会経済状況の変化の中で、消費者問題の動向や消費者被害の実態を踏まえて、消費者・事業者・行政がパートナーシップにより消費者問題の解決を図るための取組が強く求められていることを示した。

第三に、「都の消費者行政の基本は何か」は、消費者と事業者の間にある様々な格差を是正する必要から、事業活動の適正化のために事業者に対して基準や規制を設け、指導等を行う事業者規制行政と、消費者が自ら主体的かつ合理的に行動できるようにするための情報提供や消費者相談処理による消費者被害救済等の消費者支援行政の二つを車の両輪として、都民の意見を施策に反映させながら、一層推進することを都の責務として掲げた。

第四に、「条例の根幹をなす消費者の権利」として、条例に消費者の権利を具体的に明示し、その権利確立のために実効性ある方策を講じることを宣明するとともに、都及び都民の不断の努力によって確立を図る必要があると宣言する。

第五に、「事業者の責務と社会の一員としての消費者の役割等」として、事業者は、消費者の権利を尊重し、都の消費生活に係る施策に協力する責務があることを明示した。また、市場メカニズム社会への移行に従って、消費者には、自ら情報を収集し、学習し、適切な判断ができるような主体的行動がますます期待される。さらに、消費者は、適切な商品の選択や製品開発について意見を述べるなどの消費行動が社会経済に影響を与え、公正かつ自由な競争が行われる市場作りに寄与することを認識することが必要である。このように、消費者は、社会の一員としての役割を果たすことが求められることを明示した。

そして、健康で安全かつ豊かな生活を次世代に引き継ぎ、持続可能な社会の構築を目指し、都民の消費生活の安定と向上のために本条例を制定すると宣言する。

第1章 総 則

(目 的)

第1条 この条例は、都民の消費生活に関し、東京都（以下「都」という。）が実施する施策について必要な事項を定め、都民の自主的な努力と相まって、次に掲げる消費者の権利（以下「消費者の権利」という。）を確立し、もって都民の消費生活の安定と向上を図ることを目的とする。

- 一 消費生活において、商品又はサービスによって、生命及び健康を侵されない権利
- 二 消費生活において、商品又はサービスを適切に選択し、適正に使用又は利用をするため、適正な表示を行わせる権利
- 三 消費生活において、商品又はサービスについて、不当な取引条件を強制されず、不適正な取引行為を行わせない権利
- 四 消費生活において、事業者によって不当に受けた被害から、公正かつ速やかに救済される権利
- 五 消費生活を営むために必要な情報を速やかに提供される権利
- 六 消費生活において、必要な知識及び判断力を習得し、主体的に行動するため、消費者教育を受ける権利

(趣 旨)

本条は、この条例に規定する内容を概括的に述べるとともに、消費者の権利を具体的に明示し、その確立により都民の消費生活の安定と向上を図ることが本条例の目的であることを宣言している。

本条の消費者の6つの権利は、本条例の第2章からの章別に定める具体的な施策の内容に即して列記されている。当初は5つの権利であったが、平成6年の全部改正の時に、第6号の「消費者教育を受ける権利」を追加し、6つの権利となった。また、その時に、第3号の権利に不適正な取引行為を行わせないことを追加した。

(語句の説明)

1 消費生活

本条例は、消費生活の安定と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、消費生活は社会経済状況の変化とともに変遷している。その意味で「消費生活」は極めて重要な概念である。

「消費生活」の範囲として、商品、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、また、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は、購入、使用に密接に関わるものとして対象とする。これに加え、個人が消費生活の一環として行う行為は営利や利殖等を目的としている面があっても、事業として行うものでない限り、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を保証したり、寄付したりする場合も対象とする。これらについて、消費生活相談の処理や消費者被害救済委員会の付託、事業者調査・指導等の場面で、行政執行上支障が生じないように周知徹底する必要がある。

また、大気や水などの汚染や地球温暖化、リサイクルや省エネルギー等の資源環境問題、エシカル消費なども消費生活に関わる問題として捉える必要がある。

2 消費者の権利

本条例の目的は、消費者の権利を確立し、都民の消費生活の安定と向上を図ることであると、本条例第1条に宣言し、6つの消費者の権利を掲げている。

消費者の権利は、生存・生活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、権利の内容を都民によく理解してもらい、日常の消費行動や事業活動等に活かしてもらう必要がある。

そして、消費者にとって、また、事業者等、社会を構成するすべての構成員からみても、消費者の権利を確立することが、消費生活の安定と向上を図る上で重要であることを認識する必要がある。この消費者の権利を確立することが、行政、事業者、消費者に課せられた目標である。そして、行政が実施すべき具体的施策を、第2章以下に規定している。

(参 考)

(1) 消費者基本法第2条第1項

消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国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、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

(2) ケネディ大統領の4つの権利（1962年）

「消費者の利益の保護に関する連邦議会への特別教書」において、以下の4項目を「消費者の権利」として提示。

①安全への権利、②情報を与えられる権利、③選択をする権利、④意見を聴かれる権利。その後⑤救済への権利、⑥消費者教育への権利が追加された。（⑤はニクソン大統領、⑥はフォード大統領により追加）

(3) 国際消費者機構の8つの権利（1982年）

消費者団体の国際的組織である国際消費者機構（Consumers International）が以下の8項目を「消費者の権利」として提唱。

①生活のニーズが保証される権利、②安全への権利、③情報を与えられる権利、④選択をする権利、⑤意見を聴かれる権利、⑥補償を受ける権利、⑦消費者教育を受ける権利、⑧健全な環境の中で働き生活する権利

3 確 立

本条例は、明文をもって宣言した「消費者の権利」を確立し、その実現を図ることで都民の消費生活の安定と向上を図ることを目的としており、第1条でうたうだけではなく、権利を確立するために具体的施策を規定しているという特徴がある。

各権利と対応する具体的施策は、各々を章立てにし、対応関係が明確になるように規定している。

また、知事が権利実現のための具体的施策を怠っている場合には、第8条の申出により、知事にその実施を促すことができることになっている。

権利と具体的施策との対応関係は、以下のとおりである。

(1) 生命及び健康を侵されない権利 : 第2章「危害の防止」

(2) 適正な表示を行わせる権利 : 第3章「表示、包装及び計量の適正化」

- (3) 不当な取引条件を強制されず、不適正な取引行為を行わせない権利
：第4章「不適正な事業行為の是正等」
- (4) 公正かつ速やかに救済される権利 : 第5章「消費者の被害の救済」
- (5) 情報を速やかに提供される権利 : 第6章「情報の提供の推進」
- (6) 消費者教育を受ける権利 : 第7章「消費者教育の推進」

「東京都（都）」と「知事」について

本条例で、東京都が行う施策や責任の主体の表現として「東京都（都）」と「知事」の二通りが使われている。

「東京都（都）」と「知事」の表記の区別は、都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、総体としての東京都を指す場合には「東京都（都）」という用語を用いる。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。

「東京都（都）」を用いる場合としては、

- (1) 施策の責任主体であることを表示する。(前文、第1条、第3条、第7条)
 - (2) 各執行機関が施策の総合的な推進を行うべきことを規定する。(第41条、第42条、第44条)
 - (3) 都と区市町村等との関係を規定する。(第4条、第5条)
- 等がある。

(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。

- 一 消費者 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。
- 二 事業者 商業、工業、サービス業その他の事業を行う者をいう。
- 三 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。
- 四 サービス 消費者が消費生活を営む上において使用し、又は利用するもののうち、商品以外のものをいう。

(趣 旨)

本条は、この条例において用いられている「消費者」その他の用語の意義について定めたものである。

(語句の説明)

1 消費者

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捉える場合に、特に消費者とされる。従って、商品、サービスの購入が事業目的である場合には消費者とは言わない。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係る取引である。

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。

このように、消費者の定義は、生きて生活している人間、自然人ということを言い替えているにすぎないと考え、第1条の語句の説明「消費生活」や、後に記載した「消費生活を営む」の語句説明を考慮して、条例の適用範囲を捉える必要がある。

一方、平成13年4月に施行された消費者契約法は、契約締結過程と契約内容を対象としているが、消費者の定義を「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」として、取引における係わり方で消費者を定義している。また、特定商取引法も、消費者を属人的に捉えるのではなく、取引における役割として捉え、必要な保護を規定している。連鎖販売取引や業務提供誘引販売取引では、欺瞞的な意図を持ち、ビジネスに不慣れな個人に収入が得られるなどと勧誘し、結果的に損害を被らせている点を捉え、形式的には商人ともいえる個人の取引を同法の規制の対象として保護している。

2 事業者

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に該当する。

従って、商品、サービスを消費者に直接供給し又は間接に関与する者は、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とする。

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 商品

消費生活を営む上において使用する物であるから、生活必需品に限定されることなく、レジャー用品等も含まれる。また、住宅、土地の不動産も、これに居住し、消費生活を営む用に供している側面においては、当然含まれる。また、レジャー会員権等の権利も商品に含まれる。

4 消費生活を営む

高度情報化社会の到来やバイオテクノロジーの進展、経済のグローバル化等に伴い、新しい商品やサービスの登場、取引形態の多様化などで、消費生活は豊かになった反面、消費者の知識やこれまでの経験等では適切に選択することが困難になってきている。また、悪質な事業者による不当な行為等により、新たな消費者被害が現出している。

このように社会経済状況の変化により、消費者を取り巻く環境も変化し、消費生活の範囲も、時代の推移とともに変遷することを認識して対処する必要がある。

「消費生活を営む」は、衣・食・住、金融、健康、ライフプラン、環境問題等、くらし全般にかかわりのある幅広い分野として捉える必要がある。

その中で、「消費生活を営む」に該当するかどうか判断を要する取引がある。

① 預貯金などについては、利殖を目的にしている面もあるが、金銭の保管や将来の出費に備えて

の生活設計という面が大きく、「消費生活を営む上において利用するもの」に該当する。

② 現物まがい取引、株及び先物取引など資産形成型取引については、営利、利殖、投機の要素が優越している場合(利益を得る等を目的に、自ら反復して取引を行っている、投資した金額が一般的に家計管理とは捉えられないほど高額である場合など)は、消費生活を営む上の問題と捉える必要はないが、取引に精通した専門家とは言えない消費者が対象とされており、実質的には消費生活に必要な資金の獲得・運用という性格が認められる場合には該当する。

③ 訪問販売、消費者信用の利用、連鎖販売取引及び業務提供誘引販売取引に当たる場合などには、本条例の対象として被害の防止、救済を図ることが必要である。

特定商取引法も、不安定な経済状況や雇用形態の多様化による在宅就業の拡大、個人ビジネスの関心の高まりに便乗した連鎖販売取引や業務提供誘引販売取引等のトラブル増加に鑑み、事業的に成り立つ裏づけがない場合が多いこと、事業についての知識もない個人が勧誘を受けているとして、消費者取引と同視して厳正に規制している。

5 サービス(商品以外のもの)

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サービスが一体となったものは原則的には、商品とサービスを分けて捉え、サービスに関するものだけが該当する。

(都 の 責 務)

第3条 都は、この条例に定める施策を通じて、消費者の権利を確立し、もって都民の消費生活の安定と向上を図るものとする。

2 都は、都民の参加と協力の下に、この条例に定める施策を実施するよう努めなければならない。

3 都は、消費生活の安定と向上に関する施策(以下「消費生活に関する施策」という。)に、都民の意見を反映することができるよう必要な措置を講ずるものとする。

4 都は、都民が消費者の権利を確立し、消費生活の安定と向上を図るため自主的に推進する組織及び調査、研究、学習等の活動に対して、必要な援助及び協力を行うよう努めなければならない。

(趣 旨)

本条は、都の責務として、都民の参加と協力を前提に、消費者の権利の確立のための施策を講じることを明示したものである。

- (1) 消費者の権利を確立し都民の消費生活の安定と向上を図ること
- (2) 都民の参加と協力の下に施策を実施すること
- (3) 都民の意見を反映するため必要な措置を講ずること
- (4) 都民の自主的な活動への援助及び協力を行うこと

(語句の説明)

1 参加と協力

第2項の「参加と協力」と第3項の「意見を反映するための措置」との関係であるが、第2項で

は、条例の施策を実施するに当たり、参加と協力を得なければならないという理念を掲げ、第3項では、具体的なシステムを整備することを規定したものである。

なお、第3項に定める「必要な措置」は、消費生活の安定と向上に関する施策に意見を反映するためのものであり、条例に定める施策にとどまらない。

2 必要な措置

都民の意見を反映する措置としては、本条例第8条による知事に対する申出や東京都消費生活対策審議会への諮問・答申、その答申に対するパブリック・コメントの募集、消費生活調査員の活用、消費生活相談に寄せられた要望の活用等が考えられる。

3 自主的に推進する組織

援助及び協力は、基本的には活動に対して行われるものであり、組織はその活動の主体たるがゆえに対象となる。従って、消費者団体のみに限定する必要はなく、その目的の中に消費生活の安定と向上が含まれている活動及び団体が自主的に推進する組織である。

4 調査、研究、学習等の活動に対して、必要な援助及び協力

現在行っている事業の中では、調査、研究活動に対する援助・協力として、消費者団体と都が協働して行う「東京都消費者月間事業」、専門書等の文献や各種調査報告書等の提供、学習活動に対する援助・協力として、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）の養成・派遣や学習の場の提供（消費生活総合センター・多摩消費生活センターの施設等の消費者団体利用）などが挙げられる。

（関係法令の条文）

「消費者基本法」

（地方公共団体の責務）

第4条 地方公共団体は、第2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のっとり、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、経済的状況に応じた消費者政策を推進する責務を有する。

（特別区及び市町村に対する協力）

第4条 都は、次条第2項に定めるもののほか、特別区及び市町村（以下「区市町村」という。）が実施する消費生活に関する施策について、必要に応じ、情報の提供、調査の実施、技術的支援 その他の協力を行うものとする。

（趣 旨）

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区市町村の果たす役割には大きなものがある。

本条は、都が広域自治体として、基礎的自治体である都内の特別区及び市町村への協力について、次条の国又は他の地方公共団体との協力とは別に規定し、その推進を図ることとしたものである。平成6年の全部改正において新設した条文である。

（語句の説明）

1 次条第2項に定めるもの

次条第2項では、都内の特別区及び市町村を含む他の地方公共団体からの求めに応じて都が協力することを定めている。本条は、必要に応じ、積極的に都が特別区及び市町村に協力していくこと

を規定したものである。

2 市町村

都内の市町村をいう。

3 情報の提供

具体例として、「東京都・区市町村消費生活行政情報」の発行、「消費生活相談支援サイト」の運用、「東京都・区市町村消費生活行政担当課長会」の開催等が行われている。

4 調査の実施

具体例として、不適正な取引行為を行っている疑いのある事業者の調査の実施、区市町村の施策の状況調査、区市町村の意向を反映した都の調査の実施等が考えられる。

5 技術的支援

具体例として、苦情・相談に係る専門的な助言、苦情・相談に係るテストの実施などが考えられる。

6 その他の協力

区市町村職員の研修の実施などが考えられる。

(国又は他の地方公共団体との相互協力)

第5条 都は、消費生活に関する施策を実施するに当たり、必要に応じ、国又は他の地方公共団体に対して、情報の提供、調査の実施その他の協力を求めなければならない。

2 都は、国又は他の地方公共団体が実施する消費生活に関する施策について、情報の提供、調査の実施その他の協力を求められたときは、これに応ずるものとする。

(趣 旨)

本条は、消費生活に関する施策を実施するに当たり、必要に応じ国・他の地方公共団体への協力要請及び国・他の地方公共団体からの協力要請に応じるべき旨、すなわち、都と国・他の地方公共団体との相互協力を定めたものである。

(語句の説明)

1 他の地方公共団体

道府県、道府県内に所在する市町村はもとより、都内の特別区、市町村も含まれる。

2 情報の提供

不適正な取引行為による被害の実態、新たな不適正な取引行為の手口などについて、法律改正や消費者被害の未然・拡大防止のための施策に反映させるなどのために、その活用目的により提供する情報を具体的に検討し、提供する。また、消費生活行政のあり方や今後の事業計画など広範囲にわたる情報の提供が含まれる。

なお、日常的な情報交換のほかに、定期的な情報交換の場として、全国の消費者行政担当課長会や関東ブロックの課長会等が開催されている。

3 調査の実施

都外の事業者が都内で条例違反行為を行った場合においても、本条例が適用されるが、他県に赴いての指導、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、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になる。

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。その区域内であれば住民のほか、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。

他県に住所を有する事業者が都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、他県との協力・協働関係が必要となる。

（国に対する措置要求等）

第6条 知事は、前条第1項に定めるもののほか、都民の消費生活の安定と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、必要な措置をとるよう求めなければならない。

（趣 旨）

現在、消費生活に係るほとんどの商品、サービスは、自治体の区域を越え、全国的規模で生産、流通している。また、通信販売等の無店舗販売は、都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、反面、商品やサービスからもたらされる様々な問題は、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都は、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り、本条は、その義務を知事に課したものである。

（語句の説明）

1 前条第1項に定めるもの

第5条第1項で規定している「国に対し、情報の提供、調査の実施その他の協力を求めること」をいう。

2 意見を述べ、必要な措置をとるよう求め

意見具申、措置要求は、法律に定められた場合に限らず、知事が必要と認めるときは、広く法令の制定、改廃又は運用の変更等についてのほか、そのための立法準備、調査活動、必要な指導を行うべき旨の要請等をも含むものである。

（関係法令の条文）

都・知事に申出等が認められている主な法令

「特定商取引法施行令」

第42条（2以上の都道府県にわたる訪問販売等についての知事の主務大臣への要請）

「日本農林規格等に関する法律」（JAS法）

第4条（都道府県又は利害関係人の日本農林規格を制定すべきことの農林水産大臣への申出）

「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」

第75条第2項（許可の取消し等に関する知事の厚生労働大臣への意見具申）

(事業者の責務)

第7条 事業者は、商品又はサービスの供給その他の事業活動を行うに当たり、消費者の権利を侵してはならない。

2 事業者は、事業活動を行うに当たり、常に法令を守るとともに、都がこの条例に基づき実施する施策に協力しなければならない。

3 事業者は、商品又はサービスの供給その他の事業活動を行うに当たり、自主的に、危害の防止、表示等の事業行為の適正化、事業活動に伴う消費者からの苦情の迅速かつ適切な処理等必要な措置をとるよう努めなければならない。

(趣 旨)

本条は、事業者が事業活動を通じ消費者の権利を侵してはならないこと、また事業者の法令の遵守義務及び本条例に基づく施策に対する協力義務、更に、消費者の権利の侵害を防止すべき自主的努力義務を定めたものである。

なお、本条は、事業者の努力義務を訓示的に規定したものであり、本条に違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充たすものとなるわけではない。しかし、事業者には、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の作成と遵守、及びそのための体制を整備した「コンプライアンス経営」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、社会的に求められている。

(語句の説明)**1 法令を守る**

法令とは、法律、政令、省令、条例、規則等すべての法規を指す。

2 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。事業者は消費者問題に自ら進んで適切に対応することによって、健全な社会発展の中で自らの事業活動を共に発展させ、持続的、安定的な事業活動等が可能となる。そこで、第2項により法令を守るのみでなく、第3項において自主的な努力義務を定めたものである。

(知事に対する申出)

第8条 都民は、この条例の定めに違反する事業活動により、又はこの条例に定める措置がとられていないため、消費者の権利が侵されている疑いがあるときは、知事に対しその旨を申し出て、適当な措置をとるべきことを求めることができる。 〔申出手続 規§2〕

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

3 知事は、都民の消費生活の安定と向上を図るため必要があると認めるときは、第1項の規定による申出の内容並びにその処理の経過及び結果を明らかにするものとする。

(趣 旨)

本条は、消費者の権利の侵害に対して、都民の立場から直接知事に対して措置要求の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義務を定めたものである。

本条は、本条例の特色である「都民の参加と協力の下に、この条例に定める施策を実施する」こと

を確保するための具体的な方法の一つであり、「都民参加」の基本精神に基づき、特に申出を制度化したものである。

この制度の運用については、「東京都消費生活条例第8条の知事に対する申出に関する運用指針」(9生消生企第7号)が定められている。

(語句の説明)

1 この条例の定めに違反する事業活動

「この条例の定め」が具体的に何条を意味するのかは明示されていないが、申出の事実が認められたときは知事が措置をとることから、第7条のような抽象的訓示的規定は対象とせず、第2章以下の具体的措置、例えば、事業者が指定されている商品の表示を行わないことなどを指す。

2 この条例に定める措置がとられていない

権利侵害の状況を消滅させるために新たな措置を促すことが必要となる状態である。例えば、新たな不適正取引行為を追加したり、安全性に関する調査を実施して消費者に情報を提供しなければならないところ、それがなされていなかったり、国に対して措置要求等(第6条)すべきところ、これをしていない場合などである。

3 消費者の権利が侵されている疑いがあるとき

一般的に消費者の権利が侵害されている疑いがある場合のほか、権利が侵されていることが明白な場合も当然含まれる。なお、本条の申出は条例違反行為の是正や新たな基準等の設定などの措置を要求する趣旨であり、具体的な被害を被った被害者等が個別的な被害の救済を求める第28条の申出とは異なる。

4 申出

申出の手続きは施行規則第2条において定められており、知事に対して申出をしようとする者は、次の事項を記載した申出書を提出しなければならない。

- ① 申出人の氏名又は名称及び住所
- ② 申出の趣旨及び求める措置の内容
- ③ その他参考となる事項

口頭申出を認めない理由は、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。

「申出の趣旨及び求める措置の内容」は、条例の定めに違反する事業活動により、又は条例に定める措置がとられていないため、消費者の権利が侵されている疑いがあると認める事実、その権利の侵害が申出人個人にとどまらず、広く都民に及ぶ可能性、知事に対して求める措置及び当該措置を必要とする理由等についてなるべく具体的かつ詳細に記載することが望ましい。

「その他参考となる事項」としては、個々のケースにより異なるが、例えば、権利侵害状況の詳細、同様の権利侵害を受けた者の証言等のほか、消費生活センターや消費生活アドバイザー等有識者等の意見等が考えられる。

5 必要な調査

(1) この条例の定めに違反する事業活動の場合

申出の趣旨に係るような事実があったかどうかについて、関係者から事情を聴取するなど、事業者の違反の事実を確認するための調査となる。

(2) この条例に定める措置がとられていない場合

安全性に関する調査(第9条)や危害に関する調査(第10条)の実施を求める申出の場合は、第9条の調査が必要な商品かどうか、第10条の疑いのある商品かどうかを行政が判断するための調査をいう。第9条又は第10条の調査を開始するかどうかを判断するための調査であるから、第

9条調査や第10条調査よりも簡易な調査であるとともに、第9条と第10条の調査では、調査を実施する要件が異なることから、「必要な調査」の内容もおのずと異なる。

また、第12条に基づき危険な商品の排除を求める申出の場合、排除措置をとるべき危険な商品であるかどうかの調査が、本条でいう「必要な調査」となるが、これは、場合によっては、危害に関する調査（第10条調査）と内容的に類似する可能性があり、その場合には、当該調査は第8条第2項と第10条との両方を兼ねる調査になるといえよう。

6 この条例に基づく措置その他適当な措置

権利侵害の事実を是正するため事業者に対して改善要望等を行うことにとどまらず、権利侵害の発生を防止するための措置、例えば、新基準、新遵守事項の設定、調査の実施及びその結果の情報提供、国に対する措置要求などが考えられる。

7 明らかにする

本申出制度は、都民の参加により条例目的の実現を図ろうとする制度であるから、知事が都民の消費生活の安定と向上を図るため必要があると認めるときは、申出の内容、処理経過を都民の前に明らかにし、積極的に情報提供を行うこととしている。

本条例では、いわゆる情報提供を行うことを「明らかにする」と表現し、第50条の「公表」とは区別している。情報提供の方法としては、ホームページの活用や、「東京くらしねっと」等都の刊行物や報道機関への資料提供等が考えられる。

都民と消費者

消費者とは、都民の様々な活動のうち、一側面である消費生活を営んでいる状態の都民をいう。

本条例は、消費生活に関することを規定した条例であるから、消費者という用語が多く使用されているが、本条例において「都民」という用語が使用されている場合でも、実質的には「消費者」を意味する場合がある。第1条の「都民の消費生活に関し」あるいは「都民の消費生活の安定と向上を図る」などの場合は、消費生活を営むのは消費者に限定されるので、都民＝消費者となる。

ただし、第1条の「都民の自主的な努力と相まって」、第3条の「都民の参加と協力の下」、第8条の「都民は、…適当な措置をとるべきことを求めることができる」などについては、事業者、消費者、行政の三者が消費者の利益の擁護及び増進に努めていくという本条例の考え方から、都民には事業者も含まれる。

第2章 危害の防止

(安全性に関する調査)

第9条 知事は、必要と認める商品又はサービス（商品の原材料又は事業者がサービスを提供するために使用する物を含む。次条において同じ。）について、その安全性につき必要な調査を行うものとする。

(趣 旨)

本条は、商品、サービスが消費者の生命、健康、身体に危害を及ぼすことがないように、危害の未然防止の観点から広く商品、サービス全般の安全性について、必要に応じて調査していくことを知事の責務として定めたものである。

(語句の説明)

1 サービス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 安全性につき必要な調査

危害の未然防止の観点から商品、サービス全般の安全性について広く調査を行うものである。

＜調査対象の範囲＞

- (1) 医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律第2条第1項に定める医薬品については、本条例第52条第1項の規定により、また、医師、歯科医師等が行う診療行為は本条例第52条第2項の規定により適用除外されているので、本条の対象とはならない。さらに、危険であることが明白な商品、例えば、毒物及び劇物取締法に定められている「毒物」、「劇物」、「特定毒物」などもそれ自体は当然対象とはなり得ない。ただし、これらを含有する家庭用品等は、調査の対象となり得る。
- (2) 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物資（例えば、食品添加物）も本条の対象となり得る。なぜならば、本条の目的とするところは、消費生活の観点からする安全性についての調査であるので、その法令が直接目的とすることとは必ずしも同じではないからである。

(危害に関する調査)

第10条 知事は、商品又はサービスが消費者の健康を損ない、又は身体に危害を及ぼす疑いがあると認めるときは、速やかに必要な調査を行うものとする。 〔立入調査等 § 46①〕

2 知事は、前項の調査を実施し、なお同項の疑いを解消することができないことにより必要があると認定したときは、当該商品又はサービスを供給する事業者に対し、資料の提出その他の方法により、当該商品又はサービスが当該危害に関して安全であることの立証をすべきことを求めることができる。 〔消対審諮問 § 45②一、立証要求 規 § 3〕

3 知事は、事業者が前項に規定する立証を行わない場合においてその理由がないと認定したとき、又は当該事業者が行った立証によっては当該危害に関して安全であることを十分に確認することができないと認定したときは、当該事業者に対し、再度立証をすべきことを要求することができる。 〔意見陳述の機会の付与 § 49、公表 § 50、立証再要求 規 § 3〕

(趣 旨)

本条は、商品、サービスが消費者の生命、健康、身体に危害を及ぼす疑いがある場合において、知事がとるべき措置を定めたものである。

本条の趣旨は、

- (1) 商品、サービスによる危害を疑わしい段階でチェックすることにより、被害の発生、拡大の防止を目指していること
- (2) 事業者に対して、安全性の立証を求めることにより、商品、サービスの安全確保における事業者責任の一層の明確化を図っていること

にある。

(語句の説明)

1 健康を損ない、又は身体に危害を及ぼす

「健康を損ない」とは、主としていわゆる化学的、生物学的、病理学的危険を、「身体に危害」とは、主として物理的危険を表現したものであるが、両者は重なりあうこともあり、いずれかに区別することは必ずしも必要ない。

世界保健機関憲章の前文では、「健康」の定義を「完全な肉体的、精神的及び社会的福祉の状態であり、単に疾病又は病弱の存在しないことではない」としており、より広く捉える必要がある。

「健康を損ない」の中には、商品を直接消費する者のみではなく、その商品が原因となって間接的当事者、すなわち次世代以降の消費者の健康を損なう場合も含まれる。

2 疑いがあると認める

「疑いがある」と認める基準として、具体的には次の各基準に該当する場合が想定できる。

- (1) 健康を損ない、又は身体に危害を及ぼす疑いがあるとする、新たな知見が発表され、それがある程度の信頼性があると認められるとき
 - ① 外国で発売禁止や製造禁止などの措置がとられたとき
 - ② F A O (国際連合食糧農業機関)、W H O (世界保健機関)などの国際機関及び関連学会などの安全性評価により安全性に疑いがもたれたとき
- (2) 同種の事故例等が同一商品についてしばしば起こっているとき
- (3) 安全性に関する調査(第9条)の結果、健康を損ない、身体に危害を及ぼす疑いがあるとき
- (4) その他客観的に判断して疑うに足る十分な理由があるとき

3 必要な調査

第9条の調査と異なり、安全性に疑いを持たれた特定の商品、サービスについて調査を行うものである。本条の目的は、「疑い」についての調査にとどまり、当該商品、サービス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、サービスも対象となり得る。

なお、本調査については、第46条に立入調査等の規定を設けているので、これに基づき実施することになる。

4 必要があると認定したとき

第10条第1項の必要な調査を実施しても、健康を損ない、又は身体に危害を及ぼす疑いが解消できないときは、第45条第2項第1号に基づき東京都消費生活対策審議会に諮問・答申を得た上で、認定する。そして、当該商品又はサービスを供給する事業者に対し、安全であることの立証をすべきことを求めることができる。

5 安全であることの立証

(1) 第2項では、第1項の調査を実施し、なお同項の疑いが解消できないことにより必要があると認定したときは、当該商品又はサービスを供給する事業者に対して安全の立証を求め得るとしている。

(2) 事業者責任と立証要求の関係

「商品、サービスの安全性は、第一義的には、事業者によって保証されるべき性格のものである。製造者、供給者等により、従来にも増してより高い安全性がグローバルスケールで、あるいはより長期の時間のスケールで追求されるべきものである。」（第13次消対審答申）

従って、安全性に疑いが生じた場合、当該商品、サービスを供給する事業者が、その疑いを解明し、安全であることを立証することは、いわば当然の義務である。

(3) 「疑いが解消できないことにより」の認定と立証要求の関係

本条では、第2項による認定に当たり「必要があると認定したときは」、立証要求を行うことができるとしている。

従って、「疑い」が解消できない場合においても、必ずしも立証要求を行う必要はないとされることもあり得る。しかし、立証要求は、調査の一方法であるとともに、事業者の安全確保義務の履行を求めるものであるという趣旨からして、原則として「疑い」が解消できない場合には、立証要求を行うことが適当と考えられる。

(4) 立証要求の相手方

立証を求める相手は、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、サービスの供給に最も関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。また、小規模事業者といえども立証要求の相手方となり得る。

(5) 再度立証要求

事業者が第2項に定める立証を拒否した場合、又は立証が不十分な場合、第3項において、再度立証要求を行うことができるとしている。なお、再度立証要求に際しては、従前は東京都消費生活対策審議会への諮問が必須であったが、被害の未然・拡大防止のために迅速に対応する必要から、平成14年の条例改正で削除した。

なお、事前に、意見陳述の機会の付与(第49条)が必要であるが、再度立証の要求に従わないときは、その旨を「公表」(第50条)することができる。

（調査に関する情報提供）

第11条 知事は、消費者の健康及び身体の安全を確保するため必要があると認めるときは、前2条の規定による調査等の経過及び結果を明らかにするものとする。

（趣 旨）

本条は、調査の経過、結果を都民に情報提供することにより、都民自らが考え、行動する手がかりを提供することを目的とするものである。

（危険な商品又はサービスの排除）

第12条 知事は、商品又はサービスがその欠陥により消費者の健康を損ない、若しくは損なうこととなり、又は身体に危害を発生させ、若しくは発生させることとなると認定したときは、法令に定める措置をとる場合を除き、当該商品又はサービスを供給する事業者に対し、その製造若しくは販売又は提供を中止すること、製造又は提供の方法を改善することその他必要な措置をとるべきことを勧告することができる。

〔立入調査等 § 46①、公表 § 50、勧告書 規 § 28〕

（趣 旨）

本条は、健康を損ない、又は身体に危害を及ぼす疑いがあるなどの商品、サービスの供給に関わる事業者に対して、製造の中止等必要な措置をとるべきことを勧告できることとするものである。

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。

従って、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。

本条は、生命及び健康を侵されない消費者の固有の権利の具体化のために、危険な商品、サービスの排除について法令を補い、迅速かつ確実な対応を図ることを目的とするものである。

（語句の説明）**1 認定**

本条による認定の要件は、商品、サービスの「欠陥」と危害発生の上に相当の因果関係が存在し、かつ危害発生の蓋然性が大きいことである。なお、従前は、認定の手段として、東京都消費生活対策審議会に諮問をした上で認定することにしてしたが、その間の被害の未然・拡大防止を図り、迅速に対応する必要から、平成14年の条例一部改正のときに削除した。

ア 欠陥

本条では、「商品又はサービスがその欠陥により消費者の健康を損ない」とあり、商品、サービスそのものの欠陥によらない場合（例えば、通常の使用法による使用以外の使用）は対象とならない。

ここで、「欠陥」とは、消費者が通常の注意を怠らずかつ通常の使用法による使用にも関わらず、危害を発生させることとなる品質、構造を有することと考えられる。

本条の認定に当たっては、欠陥と危害発生の相互関係についての具体的な説明を必ずしも必要とせず、通常の使用による危害発生を明示すれば足りると解せられる。

なお、「通常の注意」、「通常の使用法」を厳格に解釈しすぎると問題が生じてくることもある。消費者の注意能力には個人差があり、また、家庭内には、幼児から高齢者までの幅広い年齢の人々

が暮らしており、一定の誤使用、目的外使用は、通常の使用の概念に含めて検討する等、ある程度の幅が必要である。

イ 危害発生 の 蓋然性

認定に際しては、危害発生 の 蓋然性を要する。すなわち、当該商品又はサービスの使用により常に確実に危害が発生する場合に限定することは要しない。その使用が、大数的にみてある確率で危害を発生させることで足りると解される。

2 法令に定める措置をとる場合

- (1) 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。例えば、「食品衛生法」に規定する食品、添加物、器具又は容器包装については、同法第6条、第12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59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ができる等としている。

また、東京都食品安全条例では、同条例第22条（措置勧告）において、知事は、食品による健康への悪影響を未然に防止するため必要があると認めるときは、事業者等に対し健康への悪影響の防止に必要な措置を執るべきことを勧告するとともに、その旨を公表することができるとしている。

これらの措置がとられた場合、本条の適用の余地はないと考えられる。

- (2) その他の同趣旨の措置

「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」（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）

3 必要な措置

条文で規定している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のほか、商品の廃棄、新聞等を使用した危険情報の周知が考えられる。

（関係法令の条文）

「食品衛生法」第59～第61条（廃棄処分、許可の取消し、営業の禁止又は停止）

「消費生活用製品安全法」第32条、第39条（危害防止命令）

「製造物責任法」第2条第2項（定義）

「東京都食品安全条例」第22条（措置勧告）

（緊急危害防止措置）

第13条 知事は、商品又はサービスがその欠陥により、消費者の生命又は身体について重大な危害を発生させ、又は発生させるおそれがある場合において、当該危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令に定める措置をとる場合を除き、直ちに当該商品又はサービスの名称、これを供給する事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な事項を公表しなければならない。

〔立入調査等 § 46①、公表通知 規 § 4〕

- 2 前項の規定による公表があったときは、当該商品又はサービスを供給する事業者は、直ちにその製造若しくは販売又は提供の中止等必要な措置をとらなければならない。

（趣 旨）

本条は、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、これを公表し、同時に事業者に対して、販売の中止等の危害防止義務を課したものである。本来、このような重大、緊急

の際、このような措置及び義務は条例に定められていると否とに関わらず、自治体、事業者の当然の責務である。本条が設けられた意義は、このような責務を明示することにより責任の一層の明確化を図ることにある。

（語句の説明）

1 緊急の必要があると認める

本条適用の要件は、「重大な危害の発生」及び「緊急の必要」が同時に満たされることである。「重大な危害の発生」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。

2 法令に定める措置

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39条による危害防止命令、「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項による緊急措置が挙げられる。これら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。

ただし、前記二法は、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。

本条による「公表」は、基本的には、情報提供としての事実行為にとどまるのに対し、前記二法による措置は行政処分であり、違反に対しては、罰則が課せられるので、両者の性格は異なり、緊急命令よりも緩やかな手続となっている。従って、緊急の必要性がある場合には規定上競合していても条例に基づいて措置することは法令に違反するものではないと考えられる。

また、その他の同趣旨の規定として、「ガス事業法」第157条による災害防止命令等が挙げられる。

（関係法令の条文）

「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）

「ガス事業法」第157条（災害防止命令）

「電気用品安全法」第42条の5（危険等防止命令）

「液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律」第65条（災害防止命令）

「東京都食品安全条例」第22条（措置勧告）

（危害防止のための表示）

第14条 知事は、商品の使用又はサービスの利用による消費者の生命又は身体に対する危害の発生を防止するため必要があると認めるときは、法令に定めがある場合を除き、商品又はサービスごとに、その危害について具体的内容、防止のための使用又は利用の方法その他の表示すべき事項、表示の方法その他表示に際し事業者が守るべき事項（以下「危害防止表示事項等」という。）を指定することができる。 〔消対審諮問 § 45②二、立入調査等 § 46①、告示 § 47〕

2 事業者は、商品又はサービスを供給するに当たり、前項の規定により指定された危害防止表示事項等を守らなければならない。 〔指導及び勧告 § 48、意見陳述の機会の付与 § 49、公表 § 50〕

（趣 旨）

消費者が日常使用している商品、サービスは、科学技術の進展による新しい素材や化学物質を使用し、新たな技術・技法を用いて生産・提供されており、一旦事故が発生した場合には、消費者の生命・

健康を脅かすだけでなく、時には、生命を奪うような危険性をもつものもある。

このような、商品、サービスの危険性と危害の発生を避けるための具体的方法を消費者に対して分かりやすく、かつ、正確に「警告」するために、従来の使用、利用のための表示とは別に、危害の防止のための表示を義務付けるものである。

平成6年の全部改正で新設された条文である。

(語句の説明)

1 危害防止のための表示

商品、サービスの危険性と危害の発生を避けるための具体的方法を消費者に対して分かりやすく、かつ、正確に「警告」するための表示であり、一般的に注意を促すだけでなく、具体的な危険とその危険性の程度、回避方法を表示する。

2 法令に定めがある場合

商品等の安全確保のために、表示について定めのある法律としては、消費生活用製品安全法、家庭用品品質表示法、食品表示法、電気用品安全法、ガス事業法などがある。

法律と条例の関係については、「法令に定めがある場合を除き」指定できることとなっている。「法令に定めがある場合」としては、まず、本条と同一立法目的である消費生活用製品安全法が考えられる。その他の法律によるものについては、各法律の趣旨等に照らして、個別に検討することとなる。

3 その他の表示すべき事項

- (1) 電気製品などの据付け、設置、移転に伴って、危害の発生のおそれがある場合、専門家への依頼を必要とする事項
- (2) 禁忌表示（商品の中には、特定の人が使用しない方がよい性質をもっているものがあるので、「使用してはいけない対象者」を記載するなどの表示が必要となる。健康食品、化学物質を含む家庭用品などには、本体に、例えば「心臓の悪い人、ぜんそく、慢性気管支炎の人には、使用をすすめられません。」という表示をすること。）
- (3) 商品の特性により、乳幼児、高齢者等への使用についての注意事項等が考えられる。

4 指定する

危害防止表示事項等を指定する商品若しくはサービスの選定又は解除をしようとするときは、第45条第2項第2号に基づき東京都消費生活対策審議会に諮問・答申を得た上で、指定する必要がある。

しかし、その危害の具体的内容、防止のための使用又は利用方法その他表示すべき事項、表示の方法、事業者が守るべき事項については、平成14年の条例改正で、必ず審議会に諮問しなければならない事項から削除した。ただし、これらの具体的危害防止表示事項等については、公正・公平性を担保するため、審議会における指定等をめぐる審議経過や指定理由などを踏まえ、必要に応じて委員会を設置したり既存の助言制度等を活用するなどして、より高い専門性を有する学識経験者や関係事業者団体、消費者団体等から意見を聞き、きめ細かく対応する必要がある。

立入調査等は第46条の規定により実施する。また、事前に、「意見陳述の機会の付与」（第49条）が必要であるが、事業者が指定の危害防止表示事項等を守らない場合は、その旨を「公表」（第50条）する。

第3章 表示、包装及び計量の適正化

(表示等の調査)

第15条 知事は、必要と認める商品又はサービスについて、その表示、包装又は計量の実態等につき必要な調査を行うものとする。

- 2 知事は、消費者の商品又はサービスの適切な購入、適正な使用若しくは利用又は消費生活上の被害の防止のため必要があると認めるときは、前項の規定による調査の経過及び結果を明らかにするものとする。

(趣 旨)

本条は、都民の消費生活に関連の深い商品又はサービスについて、必要に応じてその表示、包装、計量の実態等につき、調査、監視していくことを定めるとともに、その経過及び結果を、都民に対し情報提供すべきことを定めたものである。平成6年の全部改正によって新設した条文である。

(語句の説明)

1 表示

本条例でいう「表示」とは、消費者に対し、商品、サービスの内容や取引条件などを文字等で表わすことをいう。

2 必要と認める商品又はサービス

消費生活に必要な商品又はサービスで、法令に定めのないもの又は法令に定めがあっても対応が不十分なもので、かつ、消費者の要望の強いものが主な対象となる。

3 必要な調査

都民からの申出や消費生活相談情報、消費生活調査員を活用した調査結果等をもとに、表示等の適正化の観点から、商品又はサービスを選び、その表示・包装・計量等の実態等を調査することや、本条例に基づき指定された品目等の表示等の実態調査をすることをいう。

具体的には、

- (1) 商品の表示調査としては、商品の買取りによる資料収集や、原材料、添加物、原産地、日付表示、事業者の氏名等の表示状況、及び生産流通状況等の実態などを把握するもの
- (2) サービスの表示調査としては、サービス提供事業者が作成しているパンフレット、契約書などの表示媒体の収集、分析により表示の実態や問題点を把握するもの
- (3) 包装の調査としては、店頭における詰め合わせ包装実態や問題点を把握するもの
- (4) 計量の調査としては、商品の内容量(量目)の正確性等の把握のため、実態調査等を行うもの等が考えられる。

(品質等の表示)

第16条 知事は、消費者が商品を購入するに当たりその内容を容易に識別し、かつ、適正に使用するため必要があると認めるときは、法令に定めがある場合を除き、商品ごとに、その成分、性能、使用方法、供給する事業者の住所及び氏名又は名称その他の表示すべき事項、表示の方法その他表示に際し事業者が守るべき事項（以下「商品表示事項等」という。）を指定することができる。

〔消対審諮問 § 45②二、立入調査等 § 46①、告示 § 47〕

2 知事は、消費者がサービスを購入するに当たりその内容若しくは取引条件を容易に識別し、かつ、適正に利用し、又は消費者の被害を防止するため必要があると認めるときは、法令に定めがある場合を除き、サービスごとに、その具体的内容、取引条件、提供する事業者の住所及び氏名又は名称その他の表示すべき事項、表示の方法その他表示に際し事業者が守るべき事項（以下「サービス表示事項等」という。）を指定することができる。

〔消対審諮問 § 45②二、立入調査等 § 46①、告示 § 47〕

3 知事は、商品又はサービスが自動販売機その他これに類似する機械により供給される場合において、消費者がその商品又はサービスの内容及び取引条件を識別するため必要があると認めるときは、商品又はサービスごとに、商品表示事項等又はサービス表示事項等を指定することができる。

〔消対審諮問 § 45②二、立入調査等 § 46①、告示 § 47〕

4 事業者は、商品又はサービスを供給するに当たり、前3項の規定により指定された商品表示事項等又はサービス表示事項等を守らなければならない。

〔指導及び勧告 § 48、意見陳述の機会の付与 § 49、公表 § 50〕

(趣 旨)

本条は、消費者が商品やサービスを購入するに当たりその内容や取引条件を容易に識別し、また適正な使用ができるようにすること等を目的として、知事が指定する商品、サービスについて、事業者に対し、必要な事項の表示を義務付けるものである。

また、自動販売機等による商品、サービスの供給についてもその販売特性（非対面方式による販売、内蔵品であることからの識別困難性）に鑑み、必要な事項等の表示を義務付けるものである。

(語句の説明)

<第1項関係>

1 商品

表示を義務付ける対象の商品としては、

- (1) 消費生活に密着した商品であること
- (2) 安全性に不安を抱かせるおそれのあるもの
- (3) 消費者の商品知識が必ずしも高いと思われないもの

等で法令に定めがないか、法令の規定が不十分と考えられるものなどが挙げられる。

2 法令に定めがある場合

表示を義務付けている法律としては、「家庭用品品質表示法」、「食品表示法」等がある。

法律の目的が同一でかつ対象が同一の商品、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通常、違法となる。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ている。

3 その他表示に際し事業者が守るべき事項

各品目について守るべき事項を決めているが、共通事項は以下のとおりである。

- (1) 表示すべき事項は、包装の見やすい箇所に印刷、押印、又はラベル等の貼付その他の方法により行うこと
- (2) 表示に用いる文字は、指定するポイント以上の大きさで、背景の色と対照的な色で表示すること

4 指定する

知事は、第16条第1項から第3項までの規定による指定を行う商品若しくはサービスを選定し、又はその解除をしようとするときは、東京都消費生活対策審議会に諮問（第45条第2項第2号）する必要がある、答申を踏まえて対象となる商品、サービスを決定する。商品やサービスの指定・解除は、社会的にも利害関係事業者への影響も大きいためである。

ところで、具体的表示事項、その表示方法その他表示に際し事業者が守るべき事項の指定については、従前は、法令の改正等により表示事項を改正する必要が生じたり、軽微な修正が必要な場合も、審議会に諮問・答申を得なくてはならなかった。このため機動的に行政施策が講じられない状況がみられた。そこで、平成14年の条例改正で、具体的表示事項、その表示方法その他表示に際し事業者が守るべき事項の指定については、必ず審議会に諮問しなければならない事項から削除した。

ただし、公正・公平性が担保され、かつこれまで以上にきめ細かく、より専門性を高めた対応を図る必要から、審議会における指定等をめぐる審議経過や指定理由などを踏まえるとともに、審議会にかえて、必要に応じて委員会を設置したり、既存の助言制度等を活用し、学識経験者や当該事業の関係者、関係事業団体、消費者団体等から意見を聞き、助言を得るなどして具体的表示事項等の指定を決定し、第47条に基づきその旨を告示する必要がある。

第16条第2項及び第3項も同様の取り扱いである。

<第2項関係>

1 サービス

本項でいう表示義務付けの対象となるサービスとしては、

- (1) 新しいサービスでその内容が消費者には分かりにくいもの
- (2) 取引条件あるいは取引の仕組みが複雑で分かりにくいもの
- (3) 消費者相談件数、トラブルの多いもの
- (4) 予想される被害が重大なもの

で、法令に定めがないか、法令の規定が不十分と考えられるものなどが挙げられる。

2 消費者の被害を防止するため

事業者から消費者に適切な情報が提供されないことに起因するトラブルや消費者被害が増加してきたことから、これらを未然に防止するために必要な事項を表示させることとしている。

3 法令に定めがある場合

法律でサービス表示を規制しているものには、「特定商取引法」の特定継続的役務提供で一定の要件に該当する、いわゆるエステティック、美容医療、語学教室、家庭教師、学習塾、パソコン教室及び結婚相手紹介サービスがある。また、業種ごとの規制については、「旅行業法」（旅行業者が、主催旅行に参加する旅行者を募集するため広告するときは、省令で定める表示事項を表示しなければならない。）や、「貸金業法」（貸金業者は、貸付けの条件について広告するときは、内閣府令で定める貸付けの利率、その他内閣府令で定める事項を表示しなければならない。）などがある。また、販売方法等の観点からは、「特定商取引法」による通信販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引の広告等が規制されている。

4 その他の表示すべき事項

指定されるサービスごとに異なるが、商品と違って、解約条件、履行期限等が重要となる。

5 表示の方法

サービスは、その特性（無形性や消費と供給の同時性など）から、商品に対する表示とは異なりサービス自体に表示することはできない。このため、表示媒体を指定し、表示させることが必要となる。

具体的には、サービスを利用しようとする消費者に対して、事業者が表示事項を記載した書面を消費者に交付する方法、表示事項を記載した書面を店頭に掲示するなどの方法が考えられる。

<第3項関係>

1 その他これに類似する機械

主としてサービスにつき人手でなく機械力によってこれを提供するもの（自動靴磨機、コインランドリー、コインロッカー等）をいう。

2 商品表示事項等又はサービス表示事項等

管理者名、住所、電話番号等の必要な事項を機械前面に表示させることが考えられる。

（関係法令の条文）

「家庭用品品質表示法」第3条（表示の標準）

「食品表示法」第4条（食品表示基準の策定等）

「特定商取引法」第37条、第42条、第55条（概要を記載した書面の交付等）

「旅行業法」「割賦販売法」など（それぞれ書面の交付を規定している。）

（品質等の保証表示）

第17条 知事は、必要があると認めるときは、商品又はサービスごとに、その品質、性能等を保証する旨の表示（以下「保証表示」という。）につき、保証期間、保証内容その他の表示すべき事項、表示の方法その他表示に際し事業者が守るべき事項（以下「保証表示事項等」という。）を指定することができる。

〔消対審諮問 § 45②二、立入調査等 § 46①、告示 § 47〕

2 事業者は、商品又はサービスについて保証表示を行う場合には、前項の規定により指定された保証表示事項等を守らなければならない。

〔指導及び勧告 § 48、意見陳述の機会の付与 § 49、公表 § 50〕

（趣 旨）

家電製品、ガス器具等の耐久消費財の販売に当たって、保証書が添付されている例が多い。しかし、保証の内容が不明確であったり、消費者に不利益な事項について表示がなかったりするなど、問題点も多くみられ、時には事業者の販売促進のための単なる手段と化している場合もあり、必ずしも消費者の利益確保に十分に機能していない面がある。

そこで、本条は、知事が指定する商品、サービスについて、事業者が保証書等により保証する場合に、必要な事項等の表示を事業者に義務付け、消費者に保証書等の内容について正確な情報を提供させようとするものである。また、事業者の責任の明確化を求める意味もある。

（語句の説明）

1 商品又はサービス

耐久消費財等を中心に行われている一定期間の無料修理を主な形態とするもの、食品の一部等について行われている無償取り替えを主な形態とするもの、並びにサービスについて一定期間の質を

保証するもの等が含まれる。

現在、保証表示事項等が指定されている品目は、業界の慣行として、いわゆる保証書の添付が一般化しているものであって、家庭への普及率の高いもの及び今後、普及すると予想されたものである。

2 保証表示

保証表示とは、必ずしも「保証書」の形態をとるものに限らず、広く「保証」をする旨が表示されているか、又は「保証」の語が無い場合でも、通常、保証の態様として行われている修理、取り替えする旨が表示され、それが「保証」と同趣旨と判断される場合には、これらを含む。

3 表示すべき事項

表示すべき事項については、現在は、次の11事項を指定している。

- | | |
|--------------|--------------|
| ①品名及び形（型）名 | ⑦保証を受けるための条件 |
| ②保証責任者 | ⑧保証の適用除外 |
| ③保証履行者 | ⑨相談窓口 |
| ④保証期間の始期及び終期 | ⑩修理内容の記載欄 |
| ⑤保証の対象となる部分 | ⑪法的責任 |
| ⑥保証の態様 | |

なお、⑪の「法的責任」とは、事業者が負う法律上の責任（契約により負う責任—契約不適合責任、債務不履行責任、契約の有無に関わらず負う責任—不法行為責任）をいう。この法律上の責任は、他の事業者が保証書等を発行することによっても軽減又は消滅するものではないので、このことを、消費者に分かりやすく、誤認されないような適切な文言で明示することとしている。

4 その他表示に際し事業者が守るべき事項

- (1) 表示に用いる文字は、指定するポイント以上の大きさの活字で、地色と対照的な色を用いて表示すること
 - (2) 消費者にとって分かりやすい表現を用いること
 - (3) 保証表示内容を事前に提示するとともに、必要に応じて説明を行うこと
- 等が考えられる。

5 指定する

知事は、第17条第1項の規定による保証表示事項等の指定を行う商品若しくはサービスを選定し、又はその解除をしようとするときは、東京都消費生活対策審議会に諮問（第45条第2項第2号）する必要がある、答申を踏まえて対象となる商品、サービスを決定する。商品やサービスの指定・解除は、社会的にも利害関係事業者への影響も大きいためである。

ところで、保証期間、保証内容その他の表示すべき事項、表示方法その他表示に際し事業者が守るべき事項の指定についても、従前は、審議会に諮問・答申を得なくてはならなかった。機動的に行政施策を講じる必要から、平成14年の条例改正で、具体的表示事項やその表示方法、その他表示に際し事業者が守るべき事項の指定については、必ず審議会に諮問しなければならない事項から削除した。

ただし、公正・公平性が担保され、かつこれまで以上にきめ細かく、より専門性を高めた対応を図る必要から、審議会における指定等をめぐる審議経過や指定理由などを踏まえるとともに、審議会にかえて、必要に応じて委員会を設置したり、既存の助言制度等を活用し、学識経験者や当該事業の関係者、関係事業団体、消費者団体等から意見を聞き、助言を得るなどして具体的表示事項等の指定を決定し、第47条に基づきその旨を告示する必要がある。

6 保証表示を行う場合には

本条は、指定する商品、サービスについて、事業者が保証をすることを義務付けているものではない。保証をすることは、事業者の任意である。事業者が保証することを選択した場合には、本条に基づき知事が指定した保証表示事項等を守らなければならない。

（単位価格及び販売価格の表示）

第18条 知事は、消費者が商品を購入するに当たり、これを適切に選択するため必要があると認めるときは、商品ごとに質量、長さ、面積、体積等の単位当たりの価格を表示する方法及び表示に当たり使用する単位を指定することができる。〔消対審諮問 § 45②三、立入調査等 § 46①、告示 § 47〕

2 商品を消費者に販売する事業者のうち、知事の指定する業種、規模又は態様により事業を行う者は、商品を販売し、又は販売のために陳列するに当たり、前項の規定により指定された方法及び単位によりその単位当たりの価格及び販売価格を表示しなければならない。

〔消対審諮問 § 45②三、告示 § 47、指導及び勧告 § 48、意見陳述の機会の付与 § 49、公表 § 50〕

（趣 旨）

多種多様な包装サイズの商品が市場に出回っており、商品の内容量と価格との比較の面から、消費者の商品選択を困難にしている。

本条は、消費者が価格面からの客観的な比較選択を適切に行うことができるよう、知事の指定する商品について、商品の中味について一定計量単位（質量、長さ、面積等）当たりの価格を、販売価格と併せて表示することを一定規模以上の店舗等を有する事業者に、義務付けるものである。

（語句の説明）

1 商品

消費者が日常頻繁に購入し、あるいは消費生活に密着し、かつ短期間に品質・内容量が著しく変化しない商品であって、消費者の希望の多いものを基本として、商品の比較選択を難しくする次の要因を考慮して選定する。

- (1) 内容量が不統一、又は多様であるもの
- (2) ブランド（商標・品種）数が多いもの
- (3) 品質が多様であるもの
- (4) 内容又は包装の形態が多様であるもの

2 単位当たりの価格

商品の中身につき一定計量単位（質量、長さ、面積等）当たりの販売価格

3 表示する方法

(1) 表示する方法

消費者にとって分かりやすく、かつ、目に付きやすい方法で表示する。現在、以下の4種類の方法が指定されている。

- ア 商品ごとに直接ラベルを貼付又は印刷する方法
- イ 商品の陳列棚にラベルを貼付又は差込む方法
- ウ 商品の近くに下札又は置札で表示する方法
- エ 商品の近くに一覧表で表示する方法

(2) 表示事項

現在、以下の事項を表示事項として指定している。

ア 消費者の面前で計量し販売する場合は、商品名、単位及び単位価格

イ あらかじめ計量し容器・包装に入れて販売する場合は、商品名、単位、単位価格、内容量及び販売価格

4 使用する単位

商品の性質に応じ、商品ごとに質量、長さ、面積、体積等を表す単位を使用し、商品の販売価格と併せて、単位量当たりの価格、例えば、「100グラム当たり〇〇円」、「10ミリリットル当たり〇〇円」などに表示する。なお、単位価格の算出基礎は、販売価格（原則税込）である。

5 指定する

知事は、第18条第1項の規定による指定を行う商品を選定し、若しくはその解除をしようとするとき、又は同条第2項の規定による指定をし、若しくはその変更若しくは解除をしようとするときは、東京都消費生活対策審議会に諮問（第45条第2項第3号）する必要がある、答申を踏まえて対象となる商品等を決定する。商品の指定・解除等は、社会的にも利害関係事業者への影響も大きいためである。

ところで、商品ごとに質量、長さ、面積、体積等の単位当たりの価格を表示する方法及び表示に当たり使用する単位の指定についても、従前は、審議会に諮問・答申を得なくてはならなかったが、機動的に行政施策を講じる必要から、平成14年の条例改正で、前記の具体的表示方法と単位の指定については、必ず審議会に諮問しなければならない事項から削除した。

ただし、公正・公平性が担保され、かつこれまで以上にきめ細かく、より専門性を高めた対応を図る必要から、審議会における指定等をめぐる審議経過や指定理由などを踏まえるとともに、審議会に替えて、必要に応じて委員会を設置したり、既存の助言制度等を活用し、学識経験者や当該事業の関係者、関係事業団体、消費者団体等から意見を聞き、助言を得るなどして具体的表示事項等の指定を決定し、第47条に基づきその旨を告示する必要がある。

6 第18条第2項の規定により、知事の指定する業種、規模又は態様により事業を行う者

現在は、店舗面積が300㎡以上の店舗（公設小売市場は200㎡以上の店舗）を指定している。（昭和57年9月1日付告示）

（適正包装の確保）

第19条 知事は、商品の包装（容器を用いる包装を含む。以下同じ。）について、内容品の保護、過大な又は過剰な包装の防止等のため必要があると認めるときは、法令に定めがある場合を除き、販売の際の包装について事業者が守るべき一般的基準を東京都規則（以下「規則」という。）で定めることができる。

〔消対審諮問 § 45②四、立入調査等 § 46①、一般的基準 規 § 5〕

2 知事は、前項に定めるもののほか、商品ごとに包装の基準を設定することができる。

〔消対審諮問 § 45②五、告示 § 47〕

3 事業者は、商品を包装するに当たり、第1項の規定により定められた一般的基準及び前項の規定により設定された基準を守らなければならない。

〔指導及び勧告 § 48、意見陳述の機会の付与 § 49、公表 § 50〕

（趣 旨）

商品の包装は、その内容品を保護し、品質を維持するほか、取引や運搬並びに保管を容易にする機能を有するとともに、包装自体が商品の購買を左右する側面があり、販売促進の面でも大きな要素と

なっている。このように包装は、消費生活の利便・向上等に重要な役割を果たしているが、必要以上に過大・過剰な包装は、商品選択における誤認や包装経費の負担等の不利益を、消費者にもたらすことになりかねない。また、過大・過剰な包装は、廃棄物や環境負荷の増大という側面も有する。このような観点から、適正包装の確保を目的として包装の一般的基準・個別基準を定め、それに沿った包装を事業者に義務付けるものである。

（語句の説明）

1 内容品の保護

破損、変形、流出、漏えい等物理的側面からの内容品の異常事態を防ぐことをいう。

2 過大な包装

内容品の保護、又は品質の保全上で必要とする以上に包装に占める内容品以外の空間容積が過大となる包装又は商品の販売価格と比べて包装費が過大となる包装をいう。

3 過剰な包装

内容品の保護又は品質の保全上、幾重にも包装する必要性が認められないもの、又は、内容品の価格に比べて、一般社会通念上、包装の意匠が過剰であると認められるものをいう。

4 販売の際の包装

直接、消費者に販売され又は販売されようとしている時点での包装（いわゆる消費者包装）をいうものであり、輸送、保管、貯蔵等のために用いられる、いわゆる業務用包装は含まれない。

5 一般的基準

商品全般の包装に共通する事項についての一般的基準であって、条例の規定に基づき施行規則第5条により定めている。

主な内容は、以下のとおりである。

- (1) 内容品の保護又は品質の保全上、適切な包装をしなければならないこと
- (2) 包装の安全性を確保しなければならないこと
- (3) 内容品の保護又は品質の保全上、必要以上に空間容積若しくは包装費用が過大となる包装又は過剰な包装をしてはならないこと
- (4) 過大又は過剰な包装によって、消費者の判断を誤らせ、その商品選択を妨げてはならないこと
- (5) 包装の二次的使用機能を必要以上に強調することによって、消費者の商品選択を妨げてはならないこと

また、贈答品などで広く利用されている一般的な商品の詰め合わせ包装については、「商品の詰め合わせ包装適正化要綱」（昭和63年2月25日62生消第224号）を定め、事業者の指導を行っている。

なお、第19条第1項で規定する規則（第5条）の制定、又はその改正をしようとするときは、東京都消費生活対策審議会に諮問する必要がある（第45条第2項第4号）。社会的にも利害関係事業者への影響も大きいためである。

6 商品ごとに包装の基準

商品ごとに事業者の遵守すべき包装の具体的基準であって、一般的基準のみでは、消費者の権利を十分守ることが困難である場合に対応するものである。

ところで、第19条第2項の規定により、商品ごとの包装基準の制定を行う商品を選定し、又はその解除をしようとするときは、東京都消費生活対策審議会に諮問（第45条第2項第5号）する必要がある。なお、従前は、第19条第2項の規定による基準の変更、及び第19条第3項の規定に違反して、一般的基準を守っていないことの認定をしようとするときにも諮問する必要があったが、平成14年の条例改正で、必ず審議会に諮問しなければならない事項から削除し、迅速に行政措置等がとられるようにした。

(計量の適正化)

第20条 知事は、消費者が事業者との間の取引に際し、計量につき不利益を受けることがないようにするため、法令に定めがある場合を除き、商品又はサービスについて適正な計量の実施を確保するために必要な施策を講ずるものとする。

(趣 旨)

正しい計量により公正な取引を確保するという点で、計量は消費者行政の基盤をなす重要な柱である。知事は、消費者が、計量による不利益を受けることがないようにするため、計量法に基づく施策のほか、本条により、独自に適正な計量の実施を確保するために必要な施策を講ずることができることとしたものである。

(語句の説明)

1 法令に定めがある場合

「法令」とは、「計量法」及び関係政省令をいう。

2 適正な計量の実施を確保する

そのために都は、次の4つの施策を掲げている。

- (1) 正しい計量器が供給されるための施策
- (2) 正しい計量器が使用されるための施策
- (3) 正しい計量が行われるための施策
- (4) 計量思想の普及のための施策

3 必要な施策

都は、独自に次の施策を行っている。

- (1) 計量器の精度確認（東京都計量受託検査条例に基づく。）
- (2) 計量器及び計量された商品等の買取検査及び試買審査会
- (3) 消費者等に対する計量思想の普及及び制度の周知

ア 区市町村等の消費生活展への参加

イ 小学生とその保護者を対象とした親子はかり教室

ウ 都内公立小学校における出前計量教室

エ 東京都消費生活調査員による計量調査

第4章 不適正な事業行為の是正等

第1節 価格に関する不適正な事業行為の是正

(価格等の調査)

第21条 知事は、必要と認める生活関連商品等（都民生活との関連性が高い商品、サービスその他のものをいう。以下同じ。）について、その価格の動向、需給状況、流通の実態等につき必要な調査を行うものとする。

(趣 旨)

本条は、都民生活に関連が深い商品及びサービスについて、必要に応じてその価格動向、需給状況、流通の実態等につき、調査・監視していくことを知事の責務として定めたものである。本条に基づく調査は、広く生活関連商品等の価格等を調査し、問題の所在を明らかにすることにより、事業者に対しては、社会的責任を常に意識させ、一方、消費者に対しては、有効な情報を提供する前提となるものである。

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する可能性がある。本条では、必要があるときは、生活関連商品やサービスなどについて価格調査を実施することになっている。

本条は、一般的・基礎的な性格を有する調査について定めたものであり、それ自体で上記の役割を果たすものである。単に第22条に定める特別調査の予備調査という位置づけのものではない。

(語句の説明)

1 都民生活との関連性が高い

多くの都民の日常生活に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

2 その他のもの

商品、サービスに関する原材料をいう。

例：灯油等の原料である原油

3 必要な調査

具体的には、店頭価格調査、業界の事情聴取などが考えられる。

(特別調査)

第22条 知事は、生活関連商品等の価格について、これが異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合その他の消費者に著しく不利益となるおそれがある場合において、必要があると認めるときは、当該生活関連商品等を特別の調査を要する生活関連商品等として指定することができる。

〔立入調査等 § 46①、告示 § 47〕

2 知事は、前項の規定により指定された生活関連商品等について、価格の上昇の原因、需給の状況その他必要な事項を速やかに調査しなければならない。

(趣 旨)

本条は、生活関連商品等の価格の異常な上昇、又は上昇するおそれがある場合で、消費者に著しく不利益となるおそれがあり、都民生活を守るため必要と認めるときは、特別にその商品等を「特別の調査を要する生活関連商品等」として指定し、価格上昇の原因や需給状況等の実情を速やかに調査・解明すべきことを定めている。

第21条が価格の動向等を調べるものであるのに対し、本条は、価格の異常な上昇等の原因を解明するための調査である。過去の価格上昇時などに、灯油、小麦粉、食パン、冷凍魚類、米などを指定し、価格監視の役割を果たした。

(語句の説明)

1 異常に上昇

異常に上昇とは、当該生活関連商品等の価格が比較的短期間に社会通念を著しく超えて上昇することである。生活関連商品等の性質や過去の趨勢、需給動向等を総合的にみて判断することとなる。

2 その他の消費者に著しく不利益となるおそれ

価格形成要因に著しい変化があった場合（為替相場の著しい変動等）などにおいては価格の変動がなくとも消費者に不利益な状況が生じることがあることから、平成6年の改正でそのような場合も対象となることに規定を改めたものである。

(関係法令の条文)

「国民生活安定緊急措置法」（昭和48年法律第121号）第3条（標準価格の決定等）

「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」（昭和48年法律第48号）第2条（物資の指定）、第3条（調査）

(不適正事業行為の是正勧告)

第23条 知事は、前条第2項の規定による調査の結果、生活関連商品等を供給する事業者が、その円滑な流通を妨げ、又は適正な利得を著しく超えることとなる価格で供給を行っている
と認定したときは、当該事業者に対し、これらの行為を是正するため必要な措置をとるよう
勧告することができる。

〔意見陳述の機会の付与 § 49、公表 § 50、勧告 規 § 28〕

(趣 旨)

本条は、前条第2項の規定による調査の結果、価格の異常な上昇等消費者に著しく不利益となるおそれが事業者の不適正事業行為によって生じていると認定した場合は、速やかに事業者にそれを改めるなどの是正措置を求めることを定めている。「不当な取引条件を強制されず、不適正な取引を行わせない権利」の確立に資するものである。

(語句の説明)

1 不適正事業行為

不適正事業行為とは、事業者による商品等の買占め、売惜しみや、業界等が共同して商品の円滑な流通を妨げたり、又は社会通念を著しく超える利得を見込んだ価格で、生活関連商品等を供給する行為をいう。

なお、不適正事業行為の認定に当たっては、従前は東京都消費生活対策審議会への諮問が必須であったが、迅速に行政措置を講じる必要等から、平成14年の条例一部改正で削除した。

2 是正勧告

不適正事業行為と認定されたときは、当該事業者に対し、その是正のために必要な措置を行うよう勧告することができる。勧告の内容は通常、売渡し、生産量の増大、供給価格の引下げ等が考えられる。なお、勧告しようとするときは、事業者に当該事案について意見を述べ、証拠を提示する機会を与えなければならない。(第49条)

また、勧告に従わないときは、その旨を「公表」(第50条)するものとする。

(関係法令の条文)

「国民生活安定緊急措置法」(昭和48年法律第121号)

第7条(標準価格に関する指示等)、第11条(課徴金)、第14条(生産に関する指示等)、第16条(輸入に関する指示等)ほか

「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」(昭和48年法律第48号)

第4条(売渡しに関する指示及び命令)

(調査等に関する情報提供)

第24条 知事は、価格の安定を図り、又は消費者の商品若しくはサービスの適切な選択を確保するため必要があると認めるときは、前3条の規定による調査等の経過及び結果を明らかにするものとする。

(趣 旨)

知事が、価格の安定を図り、又は消費者の商品・サービスの適切な選択を確保するため必要があると認めるときは、前3条の規定による調査等の経過及び結果について都民に対し情報提供を行うこととしている。調査結果等の迅速な情報提供により、消費者の不安を除去し、賢明な消費行動を促すものである。

第2節 不適正な取引行為の防止

(不適正な取引行為の禁止)

第25条 知事は、事業者が消費者との間で行う取引（商品の購入、交換等を業として営む事業者が、消費者を相手方として商品の購入、交換等をする取引を含む。以下同じ。）に関して、次のいずれかに該当する行為を、不適正な取引行為として規則で定めることができる。

〔消費審諮問 § 45②四〕

- 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して広告宣伝等を行うことにより、消費者の意に反して、又は消費者にとって不適当な契約と認められるにもかかわらず若しくは消費者の判断力不足に乗じることにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- 二 法令又はこの条例に定める書面（当該書面に記載すべき事項を記録した電磁的記録を含む。）を消費者に交付する義務、広告における表示義務その他事業者が消費者に情報を提供する義務に違反して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- 三 消費者に対し、取引の意図を隠し、商品若しくはサービスの品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報であって、事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- 四 消費者を威迫して困惑させ、又は迷惑を覚えさせるような方法で、若しくは消費者を心理的に不安な状態若しくは正常な判断ができない状態に陥らせ、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- 五 取引における信義誠実の原則に反し、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。
- 六 消費者又はその関係人を欺き、威迫して困惑させる等不当な手段を用いて、消費者又はその関係人に契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を迫り、又は当該債務の履行をさせること。
- 七 契約若しくは法律の規定に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対し、適切な処理をせず、履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させ、又は継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。
- 八 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出若しくは契約の無効の主張に際し、これらを妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらによって生じた債務の履行を不当に拒否し、又はいたずらに遅延させること。
- 九 商品若しくはサービスに係る取引を行う事業者又は取次店等実質的な取引行為を行う者からの商品又はサービスに係る取引を条件又は原因として信用の供与をする契約若しくは保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせること。

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

〔指導及び勧告 § 48、意見陳述の機会の付与 § 49、公表 § 50②〕

（趣 旨）

消費者に対する事業者の不適正な取引行為には、いろいろな取引の場面で様々な態様がある。第25条第1項では、契約の勧誘から契約の履行にいたるまでを九つの行為類型に分けて不適正な取引行為を掲げ、第2項では、事業者に対し、これらの不適正行為を行うことを禁止している。また、具体的な不適正な取引行為については、施行規則第5条の2から第12条までで55の具体的な行為を定めている。

九つの行為類型は以下のとおりである。

- ① 不当勧誘行為（消費者の自主性を害する勧誘）
- ② 不当勧誘行為（情報提供義務違反等）
- ③ 不当勧誘行為（誤信を招く情報提供）
- ④ 不当勧誘行為（威迫・困惑等）
- ⑤ 不当な取引内容を定める行為
- ⑥ 不当な履行強制行為
- ⑦ 不当な履行遅延行為
- ⑧ 不当な終了拒否行為
- ⑨ 不当与信行為

①と②の二つの行為類型については、悪質化・巧妙化する手口による消費者被害の深刻化に対応するため、平成18年の改正で加えたものである。

高齢者被害の事例に見られるように、事業者の勧誘方法が巧妙化し、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く見られる。そこで、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ため、勧誘が開始される最初の段階において生じる「①消費者の自主性を害する不当勧誘行為」を、新たな不適正取引行為の類型として追加した。

次に、取引に必要な情報が消費者に確実に提供されるよう、法令で定められた書面交付義務・広告表示義務等の「②情報提供義務に違反する勧誘行為」を不適正な取引行為の類型として追加した。これは、法令上の定めはあるが知事に規制権限が付与されていない取引における消費者被害に対しても適切に対応できるよう、条例上に不適正な取引行為として定めたものである。

また、平成18年の改正では、条例施行規則で定める具体的な不適正取引行為についても見直しを行い、それまで46項目であった不適正な取引行為を55項目とした。

さらに、平成27年の改正により、第25条の対象となる「取引」について説明する文言を追加し、商品の購入、交換等を業として営む事業者が、消費者を相手方として商品の購入、交換等をする取引が含まれるとの趣旨を明確にした。

今日の社会では、購入した商品を使用後、廃棄するだけではなく、事業者に「買い取り」を依頼するという消費者の行動類型が一般的となり、中古市場が拡大している中で、消費者が売り主となる取引において、事業者により不適正な取引行為が行われる事例が生じている。業として買い取りを行っている事業者と、売り主となる一般消費者との間には、消費者が購入者となる場合と同様に、情報力、交渉力等の格差が存在しており、消費者が売り主となる場合にも消費者の権利を守る必要がある。

そこで、第25条の対象となる「取引」について説明する文言を括弧書き内に示し、消費者が売り主となる場合も、事業者の不適正な取引行為が禁止されることを明らかにした。

(語句の説明)

1 事業者が消費者との間で行う取引（商品の購入、交換等を業として営む事業者が、消費者を相手方として商品の購入、交換等をする取引を含む。以下同じ。）

事業者による不適正な取引行為が禁止されるのは、事業者が消費者との間で行う取引全てにおいてである。

平成27年の改正で「取引」について説明する文言を追加し、事業者が消費者に商品やサービスを販売する行為だけではなく、事業者が消費者から中古品等を買取る行為も含まれることを明確にした。

なお、事業者が消費者から中古品等を買取る際に、金銭を支払うのではなく、別の商品や商品券、ポイント等と「交換」という取引を行う事例も発生してきていることを受けて、「商品の購入、交換等」としている。

2 不適正な取引行為

事業者が消費者に経済的不利益等をもたらす行為のうち、悪質性等に着目し、本条の規定とそれに対応して施行規則で定めた55の具体的取引行為をいう。

本条の「不適正な取引行為」とは、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、詐欺、脅迫などの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違反する取引行為等をも包含する。不適正な取引行為の中核となるものについては、当然、刑事罰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。

これらを条例上の禁止行為として行政指導の対象とし、その実効性を確保するために、以下の規定により、調査、情報提供、指導、勧告、公表を行うとしたものである。

- ① 不適正な取引行為に関する調査(第26条)
- ② 不適正な取引行為に関する情報提供(第27条)
- ③ 立入調査等(第46条の2)
- ④ 指導(第48条)
- ⑤ 意見陳述の機会の付与(第49条)
- ⑥ 勧告(第48条)
- ⑦ 公表(第50条)

(関係法令の条文)

「特定商取引法」(昭和51年法律第57号)

第6条、第12条、第13条の2、第21条、第34条、第44条、第52条、第58条の10等（禁止行為）

第7条、第14条、第22条、第38条、第46条、第56条、第58条の12等（指示の対象となる禁止行為）

省令第18条、第42条、第64条、第87条、第106条、第128条、第146条（省令で定める禁止行為）

- | |
|--|
| <p>一 <u>消費者を訪問し又は電話機、ファクシミリ装置その他の通信機器若しくは情報処理の用に供する機器を利用して広告宣伝等を行うことにより、消費者の意に反して、又は消費者にとって不適当な契約と認められるにもかかわらず若しくは消費者の判断力不足に乗じることにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。</u></p> |
|--|

(趣 旨)

平成18年の改正前は、東京都消費生活条例は消費者被害が生じやすい不適正な取引行為として7類型を掲げ、このうち勧誘段階においては、不実告知や重要事項不告知等により消費者を誤認させて契約させる「誤認類型」と、消費者を威迫して困惑させたり不安をあおるなど正常な判断ができない状態に陥らせて契約させる「威迫・困惑類型」の2つを設けていた。

平成18年の改正で、事業者が行う勧誘行為のできるだけ早い段階で消費者の意思に反する勧誘を規制するため、新たに「消費者の自主性を害する不当勧誘行為」として本号を設けた。契約の勧誘に当たっては、あくまでも消費者の意思が尊重されるべきであり、それを無視した勧誘は本号に違反することとなる。

その際、従来は「威迫・困惑類型」に含めていた「消費者の取引に関する知識若しくは判断力の不足に乘じ」た勧誘を、本号に移し、「威迫・困惑」させるような行為がなくとも、そのような勧誘自体が不適正な取引行為に該当することを明確にした。

(語句の解説)

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して

電話、ファクシミリのほか、スマートフォン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、これらの手段による広告宣伝等を規制の対象としている。

3 消費者の意に反して

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 消費者にとっ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自体が不適正な取引行為であることを、平成18年の改正で明確にした。

5 消費者の判断力不足に乗じる

判断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、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」

省令第18条、第64条、第87条、第106条、第128条、第146条（適合性原則違反、判断力不足便

乗)

第12条の3、第12条の4、第36条の3、第36条の4、第54条の3、第54条の4（承諾をしていない者に対する電子メール広告の提供の禁止等）

第12条の5（承諾をしていない者に対するファクシミリ広告の提供の禁止等）

第3条の2、第17条、第58条の6第3項（契約を締結しない旨の意思を示した者に対する勧誘の禁止）

「金融商品取引法」

第40条（適合性原則）

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

（趣 旨）

本号は、消費者の合理的な選択を確保するため、法律やこの条例で定めている事業者の情報提供義務に違反して契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為を規制するものである。

特定商取引法や割賦販売法、宅地建物取引業法等には、書面交付義務や、広告表示義務など消費者保護のため情報を提供すべき義務が定められている。これらの義務に違反することはそれぞれの法令の違反であるとともに条例上も不適正な取引行為であることを明確にしたもので、平成18年の改正で導入した新しい違反類型のひとつである。

法令で規定されていても知事に規制権限が付与されていないため、都民の消費者被害に対して十分な対応ができないケースについて、事業者指導が行えるよう、条例上に規定したものである。

（語句の説明）

1 法令

消費者の合理的な選択を確保するため、事業者の情報提供義務を課している法律には、特定商取引法、割賦販売法、ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律、貸金業法、商品先物取引法、金融商品取引法、保険業法、宅地建物取引業法、預託等取引に関する法律、不動産特定共同事業法など多数の法律がある。これらの法律に規定された情報提供義務は、消費者の合理的な選択を可能とするため、事業者に課せられた義務であり、この義務に違反することは、条例においても不適正な取引行為となる。とりわけ、法律上の書面交付義務や広告記載義務の違反について、知事に行政処分権限が付与されていない場合、本条例違反として規制できる。

どの法律が条例上の情報提供義務の対象になるかは、特に限定していない。ある取引行為について規制する法律に消費者保護のための情報提供義務があり、その義務に違反すると、本号に該当することとなる。

2 当該書面に記載すべき事項を記録した電磁的記録を含む

消費者が承諾した場合で、書面の交付義務に替えて契約に必要な事項を電磁的記録により提供する場合、当該電磁的記録は本条例においても法令に定める書面に当たるものとする。

例えば、特定商取引法では、消費者への交付が義務付けられている契約書面に代えて、消費者の承諾を得て、当該書面に記載すべき事項を電磁的方法により提供することができるとされている。

(特定商取引法第5条第3項により準用する第4条第2項ほか。令和5年6月1日施行)

3 その他事業者が消費者に情報を提供する義務

本号では、情報提供義務の内容として、「書面を消費者に交付する義務」、「広告における表示義務」を列挙している。「その他事業者が消費者に情報を提供する義務」としては、電子契約における申込みであることを容易に認識できる画面構成とすべき義務や消費者が申込みの内容を容易に確認・訂正できるようにすべき義務などが含まれ、規則において具体的に定めている。また、条例第16条から第18条までに定める表示義務も、「この条例に定める」「その他事業者が消費者に情報を提供する義務」に当たる。

(関係法令の条文)

特定商取引法 第4条、第5条、第18条、第19条、第20条、第37条、第42条、第55条、第58条の7、第58条の8（書面交付・記載義務）、第11条、第12条の6、第35条、第53条（広告等表示義務）

割賦販売法 第30条、第30条の2の3、第35条の3の2、第35条の3の9（情報提供、書面交付・記載義務、広告表示義務）

ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律 第5条（書面交付・記載義務）

貸金業法 第16条の2、第17条（書面交付・記載義務）、第15条（広告表示義務）

宅地建物取引業法 第37条（書面交付・記載義務）

金融商品取引法 第37条の3、第37条の4、第37条の5（書面交付・記載義務）、第37条第1項（広告表示義務）

預託等取引に関する法律 第3条（書面交付・記載義務）

商品投資に係る事業の規制に関する法律 第18条、第19条（書面交付・記載義務）

不動産特定共同事業法 第24条、第25条（書面交付・記載義務）、第18条第2項（広告表示義務）

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

(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、サービスに係る取引を行わせることを不適正な取引行為としている。

(語句の説明)

1 取引の意図を隠し

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取引について触れず、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。

平成27年の改正で、「販売の意図」を「取引の意図」に改めた。事業者が消費者から中古品等を買取取る取引においても、取引の意図を隠して事業者が勧誘等を行う場合があることを踏まえて、事業者から消費者に対して商品・サービスを売る行為を意味すると受け止められやすい「販売」という文言について、「取引」という文言に置き換えたものである。

2 重要な情報

消費者が商品、サービスに係る取引を行う際に、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。例えば、建築基準法の違反になることを隠して屋根裏部屋新設工事を契約させたケースの法令基準に関する情報などがある。

3 事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず

事業者が当然保有していなければならない情報を含む。よって、取引担当者の知識不足による説明義務違反や情報提供義務違反勧誘にも適用される。

4 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。「消防署の方から来た」はその典型である。

5 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真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的なことをいう。消費者契約法第4条第1項第2号で、事業者が断定的判断の提供を消費者に行ったことにより、消費者が誤認して契約の申込み又は承諾の意思表示をした場合には、消費者は契約の取消しをすることができる旨を規定していることを受け、平成14年の改正で追加した不適正な取引行為である。

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

（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、威圧的言動、長時間勧誘など迷惑を覚えさせるような勧誘、「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。

平成18年の改正では、従来ここに含まれていた、電話、ファクシミリや迷惑メール等の広告宣伝等の一方的な送信、消費者の取引に関する知識若しくは判断力不足に乗じた勧誘については、迷惑勧誘等の行為がなくともその行為自体が不適正であるとして、新設した1号の「消費者の自主性を害する不当勧誘行為」とした。

なお、平成18年改正前に文中にあった「消費者の自発的意思を待つことなく執ように説得し」は、「消費者を威迫して困惑させ」に文言整理し、「迷惑を覚えさせるような方法で」、「正常な判断ができない状態に陥らせ」を加えることにより、迷惑勧誘に関する不適正取引行為は網羅できるとして、平成18年改正前の「これらにより消費者の十分な意思形成のないまま」は、削除した。

(語句の説明)

1 威迫して困惑させ

脅迫にまでは至らないが、著しい不利益や危害をこうむることを予測させる言動等により強い不安感を抱かせたり、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さす。

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。

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

(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・約款により事業者の一方的意思に委ねられていることが大半で、消費者被害につながるものも少なくない。

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、消費者にとって不当に過大な量の商品・サービスの取引の契約等、消費者に不利な契約内容等で契約をさせる行為を不適正な取引行為としている。

消費者に一方的に不利益をもたらす不当な条項は、消費者契約法第8条から第10条までの規定でも「無効」とされているが、平成14年の改正でこの考え方を取り入れ、不当な内容の契約締結について規制を強化したものである。

(語句の説明)

1 取引における信義誠実の原則

契約等取引関係において、事業者は、消費者が求める正当な期待や信頼を裏切らないように行動すべきであるとする取引上の原則をいう。民法第1条第2項に規定する基本原則「権利の行使及び義務の履行は、信義に従い誠実に行わなければならない。」を参照のこと。

2 消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容

民法や商法、その他の法令や信義則に照らし、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条から第10条までに規定されている、消費者契約において無効となる条項である。具体的には、法令で定められた率の上限を超えた遅延損害金を定めた条項、事業者が債務不履行や不法行為があるにもかかわらず

全部免責するといった内容の条項等がこれに当たる。

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、消費者又はその関係人に契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を迫り、又は当該債務の履行をさせること。

（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（代金の支払い等）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適正な取引行為としている。

（語句の説明）

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

「威迫して困惑させる」の意味は、条例第25条第1項第4号の説明と同じ。

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

（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・拒否したり遅延させるなどの不当性に着眼したものである。平成14年の改正で、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たり、一方的に履行を中止する行為を追加した。

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、不完全な履行、履行の引き延ばし、履行条件の一方的変更、履行拒絶、履行打ち切りなどを不適正な取引行為としている。

（語句の説明）

1 法律の規定

例えば、預託等取引に関する法律や特定商取引法の特定継続的役務提供に関しては財務書類の閲覧権が規定されている。閲覧や、事実又は情報の開示を請求できる権利等の行使を拒否し、閲覧、開示等を拒むことなどの債務不履行や不完全履行等の行為を指す。

2 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、又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拒否・遅延させることを、不適正な取引行為としている。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、法定の取消等を妨げることを対象とし、後段は「正当な根拠に基づく」という限定がないので、前段で挙げたものに合意解除も加えて、債務の履行を拒否・遅延させることを対象とする。

(語句の説明)

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 商品若しくはサービスに係る取引を行う事業者又はその取次店等実質的な取引行為を行う者からの商品又はサービスに係る取引を条件又は原因として 信用の供与をする契約若しくは保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせること。

(趣 旨)

本号は、消費者が商品又はサービスに係る取引を行うに際して、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適正な取引行為を定めたものである。この規定は、平成6年の改正で都独自の規定として導入し、平成14年の改正で分かりやすく文言を整理した。

また、平成27年の改正で、従来使われていた「販売」や「購入」という文言を統一的に「取引」に改めるに際し、本号に関しても文言整理を行った。

(語句の説明)

1 実質的な取引行為を行う者

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、商品・サービスの取引を行う事業者（以下「取引業者」という。）が、当該取引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、それらの実質的に当該取引部分を担

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、消費者と取引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に係る取引を行う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、個別信用購入あっせん業者との契約ではなく、貸金業者との間で金銭消費貸借契約を結んだ場合等であっても、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であれば、本類型の規制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

本号が適用される複数の当事者が関係する与信契約には、個別信用購入あっせん、包括信用購入あっせん（クレジットカード取引）、消費者リース、提携ローン契約（信販会社の保証の下に銀行や保険会社等が消費者に商品購入金額相当の金銭を貸し付ける契約）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

取引業者が条例第25条第1項第1号から第8号までに列挙された不適正な取引行為を消費者との間で行っているにもかかわらず、与信業者が与信契約を締結することは、このような取引業者による不適正な行為を助長することになる。そこで、そのような取引業者の不適正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・サービスを過量に取引することも含まれる。

また、与信業者が取引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取引業者が行う不適正な取引行為について容易に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。

個別信用購入あっせんについては、割賦販売法第35条の3の5により、与信業者が適切な加盟店の管理を行うこととされている。本号は、個別信用購入あっせん以外の複数の当事者が関与する与信契約についても、与信業者が取引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 不当に害する方法

割賦販売法第35条の3の19は個別信用購入あっせんの場合に、また同法第30条の4は包括信用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与信業者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、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。本規定においては、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規制しようとするものである。

現実には、割賦販売法の抗弁規定が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適正な取引行為に当たる。

与信業者に対する抗弁の対抗が認められない場合で、与信業者による債務の取立方法が、消費者又はその関係者を威迫し、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ものであるときは、与信業者と消費者等との二当事者関係の問題として、条例第25条第1項第6号の規定が適用される。

(関係法令の条文)

「割賦販売法」(昭和36年法律159号)

第2条(定義)、第3条(割賦販売条件の表示)、第4条・第4条の2(書面の交付)、第29条の2(ローン提携販売条件の表示)、第29条の3(ローン提携販売に係る書面の交付)、第30条(包括信用購入あっせんの取引条件の表示)、第30条の2(包括支払可能見込額の調査)、第30条の2の3(包括信用購入あっせんに係る情報の提供等)、第30条の4(包括信用購入あっせん業者に対する抗弁)、第35条の3の2(個別信用購入あっせんの取引条件の表示)、第35条の3の3・4(個別支払可能見込額の調査)、第35条の3の5(個別信用購入あっせん関係販売契約等の勧誘に係る調査)、第35条の3の8・9(個別信用購入あっせんに係る書面の交付)、第35条の3の10・11(個別信用購入あっせん関係契約の申込みの撤回等)、第35条の3の12(通常必要とされる分量を著しく超える販売契約等に係る個別信用購入あっせん関係契約の申込みの撤回等)、第35条の3の13・14・15・16(個別信用購入あっせん関係契約の意思表示の取消し)、第35条の3の19(個別信用購入あっせん業者に対する抗弁)、第35条の3の20(個別信用購入あっせん業者の業務の運営に関する措置)

「貸金業法」(昭和58年法律32号)

第2条(定義)、第13条の2(過剰貸付け等の禁止)、第14条(貸付条件等の揭示)、第15条(貸付条件の広告等)、第16条(誇大広告等の禁止等)、第16条の2(契約締結前の書面の交付)、第17条(契約締結時の書面の交付)、第21条(取立て行為の規制)

(重大不適正取引行為)

第25条の2 知事は、前条第1項に規定する行為における、次のいずれかに該当する行為を重大不適正取引行為とする。

- 一 契約の締結について勧誘をするに際し、又は契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、商品の性能その他契約における重要な事項として規則に定めるものにつき、不実のことを告げること。〔消費審諮問 § 45②四〕
- 二 契約の締結について勧誘をするに際し、商品の取引価格その他契約における重要な事項として規則に定めるものにつき、故意に事実を告げないこと。
- 三 契約を締結させ、又は契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、消費者を威迫して困惑させること。

(趣 旨)

不適正な取引行為のうち、特に悪質性の強い行為を重大不適正取引行為とした。

重大不適正取引行為は、平成 18 年の条例改正で導入した「禁止命令」の対象となる不適正な取引行為である。禁止命令は、勧告に従わない場合、又は消費者被害の拡大防止のため緊急の必要がある場合に行われる「行政処分」である。

行政処分は、事業者の任意の協力による行政指導とは異なり、行政権の主体である東京都の命令であり、事業者は、処分に従う法的義務があり、一方、事業者は処分に不服があれば、審査請求、抗告訴訟の提起ができる。このため、行政処分の対象となる行為には、法的効力の強さに対応した違反の重大性、要件の明確性が必要とされる。

条例では、この禁止命令の対象となる不適正な取引行為を特定商取引法の禁止行為を参考に三つの重大不適正取引行為とした。

(語句の説明)**1 前条第 1 項に規定する行為における、次のいずれかに該当する行為**

第 25 条と第 25 条の 2 の関係を示している。重大不適正取引行為は、第 25 条第 1 項で定める不適正な取引行為に含まれる。

特定商取引法においては直接刑罰の対象になる禁止行為。のうち、最も重い 3 年以下の懲役又は 300 万円以下の罰金の対象となる違法性の強い禁止行為は、「不実告知」「故意の重要事項不告知」「威迫・困惑」であり、本条では、これらと同等の行為を重大不適正取引行為として規定している。

2 契約の締結について勧誘をするに際し、又は契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、商品の性能その他契約における重要な事項として規則に定めるものにつき、不実のことを告げること

条例第 25 条第 1 項第 3 号は、勧誘段階の不適正な取引行為として、「商品若しくはサービスの品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報であって」「誤信を招く情報を提供し」「契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること」を定めている。

本号の重大不適正取引行為は、「商品若しくはサービスの品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報」を「商品の性能その他契約における重要な事項として規則に定めるもの」に限定するとともに、「誤信を招く情報」のうち「不実の情報」に限定し、「不実とまではいえない誤信を招く情報」を対象外とした。

また、条例第 25 条第 1 項第 8 号は、契約の履行段階において、「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」することを不適正な取引行為としている。契約の終了の申出や主張を妨害する行為には様々あるが、このうち「契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、」規則で定める重要な事項について「不実のことを告げる」行為を、重大不適正取引行為とした。

「契約における重要な事項として規則に定めるもの」については、規則第 12 条の 2 第 1 項で以下のとおり定めている。

- 一 商品の種類、性能若しくは品質、効能、商標若しくは製造者名、取引数量及び必要数量又はサービスの種類、内容及び効果
- 二 商品又はサービスに係る取引価格
- 三 商品又はサービスに係る取引価格の支払いの時期及び方法

四 商品の引渡時期又はサービスの提供時期

五 商品若しくはサービスに係る当該取引の契約の申込みの撤回又は契約の解除に関する事項

六 消費者が商品又はサービスに係る当該取引の契約の締結を必要とする事情に関する事項

七 前各号に掲げるもののほか、商品又はサービスに係る当該取引の契約に関する事項であつて、消費者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの

なお、規則第12条の2第1項については、平成27年条例改正において「販売」、「売買」等の文言を「取引」との文言に置き換えたことに伴い、従来は規則上で「販売価格」等としていた文言を「取引価格」等に改正している。

3 契約の締結について勧誘をするに際し、商品の取引価格その他契約における重要な事項として規則に定めるものにつき、故意に事実を告げないこと

条例第25条第1項第3号は、勧誘段階において、「商品若しくはサービスの品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報であつて、事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず」、「契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること」を不適正な取引行為としている。

本号の重大不適正取引行為は、「商品若しくはサービスの品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報」を「商品の取引価格その他契約における重要な事項として規則に定めるもの」に限定し、「事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず」を「故意に事実を告げない」場合に限定して、過失による重要事項の不告知を対象外としている。

「契約における重要な事項として規則に定めるもの」については、規則第12条の2第2項で、上記2の＜契約における重要な事項として規則に定めるもの＞のうち一から五までに掲げるものと定めている。重要な事項とはいえ不告知という不作為を禁止する規定であるため、その中でも当然告げられるべき第1号から第5号までを対象事項としている。

4 契約を締結させ、又は契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、消費者を威迫して困惑させること

これは、勧誘段階における「消費者を威迫して困惑させ」、「契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること」（第25条第1項第4号）及び履行段階における「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」（第25条第1項第8号）する場合の威迫・困惑に当たる行為を重大不適正取引行為としたものである。

重大不適正取引行為は、禁止命令の対象となり、以下の規定により調査、処分が行われる。

① 立入調査等（第46条の2）

② 禁止命令（第51条第1項）、みなし規定（第51条第3項）

③ 公表（第51条第4項）

④ 罰則（過料）（第54条、第55条）

（関係法令）

「東京都行政手続条例」（平成6年条例第142号）

第13条（不利益処分をしようとする場合の手続）

（不適正な取引行為に関する調査）

第26条 知事は、第25条第1項に定める不適正な取引行為が行われている疑いがあると認めるときは、その取引の仕組み、実態等につき必要な調査を行うものとする。

〔立入調査等 § 46の2①〕

（趣 旨）

本条は、都内の消費生活センター等から得られた情報の中に、条例・規則で規定した不適正な取引行為に該当すると疑われる行為がみられる場合、真に条例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、必要な調査を行うことを定めたものである。

（語句の説明）**1 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、取引方法（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、苦情処理状況等について調査

（2）被害者（消費者）に対する調査………必要に応じ実施

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、苦情申し出内容と事業者の対応等について調査

（3）関係機関・団体に対する調査………正確な実態把握、効果的な被害防止策を講じるために必要に応じ実施

関係情報を収集（収集先：国、地方公共団体、警察、業界団体、信用機関等）

（不適正な取引行為に関する情報提供）

第27条 知事は、不適正な取引行為による被害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、前条の規定による調査の経過及び結果を明らかにするものとする。

（趣 旨）

本条は、悪質商法等による消費者被害を未然に防止し、又はその拡大を防止する立場から、前条の規定による不適正な取引行為に関する調査の経過及び結果をタイムリーに情報提供していくことを定めたものである。

（語句の説明）**1 明らかにする**

提供する情報の内容は、不適正な取引行為に関する取引の仕組み、取引手口、被害状況及び事業者名、商品名等、消費者被害の発生及び拡大を防止する上で有益な情報が考えられる。

また、本条に基づき情報提供を行うために、次のような要件を含む情報提供基準を設けており、公正に処理することとしている。

（1）情報提供することに公共性、公益性、真実性、必要性があること。**（2）被害の多発性、被害の重大性、被害の再発可能性があること。**

第5章 消費者の被害の救済

(被害の救済のための助言、調査等)

第28条 知事は、消費者から事業者の事業活動により消費生活上の被害を受けた旨の申出があったときは、当該被害からの速やかな救済のために必要な助言、仲介によるあっせんその他の措置を講ずるものとする。

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

(趣 旨)

本条は、消費者苦情等の申し出を処理するには、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を是正し、公正な解決を図る必要から、消費者による自主的な解決促進のための助言、事業者に対するあっせん行為等を通じて、速やかに被害の救済を図るなど、消費者被害救済のために知事がとるべき措置及び方法について規定したものである。これは、条例第1条に掲げる消費者の権利のうちの「消費生活において、事業者によって不当に受けた被害から、公正かつ速やかに救済される権利」を確立するなどのためである。

近年、インターネットを利用した電子商取引の飛躍的拡大等により、社会経済状況が大きく変化するとともに、消費者被害が複雑・多様化している。また、公正で明確な市場ルールを整備し、事後監視の機能を強化する行政政策が進み、消費者契約法等の法整備が行われているが、これらの実効性を確保するためにも、裁判外紛争処理機関として消費生活相談機能の充実・強化が求められている。消費生活相談処理は、消費者と事業者との格差を是正し、個別消費者の被害救済を図るばかりでなく、その相談を通して得た情報を都民全体の利益のための施策に活用するなど、センサー機能として果たす役割は大きい。このように、消費生活相談を的確かつ迅速に処理することは、大変重要なことから、平成14年の条例改正で、「当該被害からの速やかな救済のために必要な助言、」に「仲介によるあっせん」を加え、相談処理において、増加している消費者被害を的確かつ迅速に救済する仕組みを積極的に活用することを明確にした。

(語句の説明)

1 被 害

被害とは、商品・サービスの購入・利用に関する取引又は商品等の消費に際して、消費者が被る経済的あるいは身体的な被害をいう。

2 申 出

知事に対する申出であり、具体的には、消費生活総合センターへの苦情相談が中心となる。その他、都民相談窓口などの消費生活に関する相談窓口に寄せられる被害を受けた申出も本条の対象となる。

消費生活総合センター等に寄せられる相談のうち、被害の救済を求めるものではなく、消費生活上のアドバイスや情報を求めるものは、本条の対象ではない。

また、本条の申出は、具体的な被害を被った被害者等が個別的な被害の救済を求めて申し出るものであり、条例違反行為の是正や新たな基準等の設定などの措置を要求する第8条の申出とは異なる。

3 助言、仲介によるあっせんその他の措置

助言とは、消費者に対して契約の申込の撤回等法的措置の内容や手続きについて説明したり、被害救済のための適切な相談機関等の紹介をいう。仲介によるあっせんその他の措置とは、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、被害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」や、事業者に対して被害の申出があった旨を伝え消費者との間で自発的に適切な解決を求めるなど被害救済の促進を図る措置をいう。

なお、上記(趣旨)で示したとおり、平成14年の条例改正で「仲介によるあっせん」を加えたが、条例第29条に規定する東京都消費者被害救済委員会における「あっせん」とは手続き等が異なるので、これと区別するために、「仲介によるあっせん」とした。

4 前項の措置を講ずるため必要があると認めるとき

適切な助言、仲介によるあっせんその他の措置を講ずるため、当該被害に係る事実関係を明確にする必要がある場合などが考えられる。

5 その他の関係人

事業者の使用人、実質的経営者又は親会社、商品等の製造又は供給者、与信契約を伴う場合は与信業者、関係事業者団体等をいう。

(関係法令の条文等)

「消費者基本法」第19条 (苦情処理及び紛争解決の促進)

(東京都消費者被害救済委員会)

第29条 前条第1項に規定する申出並びに区市町村及び消費者の利益の擁護を図るための活動を行う法人その他の団体であつて知事が別に定めるものの依頼に係る事件のうち、都民の消費生活に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争について、その公正かつ速やかな解決を図るため、あっせん、調停等を行う知事の附属機関として、東京都消費者被害救済委員会(以下「委員会」という。)を置く。

2 委員会は、次に掲げる者につき、知事が任命する委員28人以内をもって組織する。

- 一 学識経験を有する者 16人以内
- 二 消費者 6人以内
- 三 事業者 6人以内

3 委員の任期は、2年とし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。

4 特別の事項に係る紛争のあっせん、調停等を行うため必要があるときは、委員会に臨時委員を置くことができる。

5 専門の事項を調査するため必要があるときは、委員会に専門員を置くことができる。

6 委員、臨時委員及び専門員は、非常勤とする。

7 委員会は、部会を設置し、紛争のあっせん、調停等を行わせることができる。

8 委員会は、紛争を解決するため必要があると認めるときは、当事者、関係人等の出席及び資料の提出の要求その他紛争の解決に必要な調査を行うことができる。

9 第2項から前項までに定めるもののほか、委員会の組織及び運営に関し必要な事項は、知事が定める。

(趣 旨)

本条は、東京都消費者被害救済委員会の設置並びにその組織及び運営に関し規定したものである。都の消費生活総合センターその他被害救済の相談に応ずる機関、区市町村、消費者の利益の擁護を図るための活動を行う法人その他の団体であって知事が別に定めるものが処理する事件のうち、都民の消費生活に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれがある紛争について、あっせんや調停等を行うことにより、公正かつ速やかに解決するため、知事の附属機関（地方自治法第138条の4（委員会・委員及び附属機関の設置）及び同法第202条の3（附属機関の職務権限・組織等）の規定に基づく「附属機関」である。）として委員会を設置するものである。

(語句の説明)

1 消費者の利益の擁護を図るための活動を行う法人その他の団体であって知事が別に定めるもの

条例第29条第1項に規定する法人その他の団体であって知事が別に定めるものとは、次に掲げる要件を満たす団体をいう。

- (1) 消費生活に関する情報の収集及び提供並びに消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の不特定かつ多数の消費者の利益の擁護を図るための活動を行うことを主たる目的とすること。
- (2) 消費生活に係る相談及びあっせん（以下「消費生活相談等」という。）を相当期間にわたり継続して適正に行っていること。
- (3) 消費生活相談等を専門的な知識及び経験を有する者により適正に行っていること。
- (4) 消費生活相談等の実施に係る組織、消費生活相談等の実施の方法、消費生活相談等に関して知り得た情報の管理及び秘密の保持の方法その他の消費生活相談等を適正に遂行するための体制及び業務規程が適切に整備されていること。
- (5) 消費生活相談等を適正に遂行するための経理的基礎を有すること。

2 著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある

「著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある」とは、次のいずれかに該当する場合をいう。

- (1) 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のあるとき（被害の多数性）
- (2) 被害が消費者の生命・身体の安全又は財産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）
- (3) 同一事業者による消費者被害が反復して発生しているとき又はそのおそれがあるとき（被害の反復性）
- (4) 相談員によるあっせんが困難であり、被害救済のためにはより高度専門的な知見が必要なとき（被害救済の高度専門性）
- (5) 被害を緊急に解決しないと被害が拡大するおそれがあるとき（被害救済の緊急性）

3 臨時委員

多種多様な被害に対応するため、あらかじめ任命した委員のみでは処理しきれない事態が予想されるため、委員のほかに当該案件について専門的知識を有する者をその案件を処理する期間に限って委員会に参加する臨時委員として置くことができるものとした。例えば、商品被害においては、紛争原因商品に関する専門家を加えて紛争解決に当たることなども必要となる。

臨時委員と専門員

- ・臨時委員は、委員会の審議に参加し、紛争の処理に当たる。
(委員と同格で、部会等に加わり紛争の処理に当たることができる。)
- ・専門員は、会長の命を受け専門の事項を調査する。
(命じられた調査を行い会長に報告する。)

4 部 会

委員会の機動的な運営(並行処理等)を図るため、平成14年の条例改正で、部会の設置を規定し、その権限を明確にした。現在は、東京都消費者被害救済委員会運営要綱(平成24年4月1日付23消セ活第1825号)により、「あっせん・調停第一部会」及び「あっせん・調停第二部会」並びに「訴訟援助部会」を設置している。

あっせん・調停第一部会は、紛争事件について解決指針の提示や先例形成等を行う必要があるとき、あっせん・調停第二部会は、紛争事件について緊急に解決しなければ被害が拡大するおそれがあるなど、より迅速な解決を目指す必要があるときに設置するものとする。

具体的には、次のいずれかに該当する場合は「あっせん・調停第一部会」で審議するものとする。

- (1) 紛争解決基準や解決指針を示す必要があるとき
- (2) 先例的、先進的提言を示す必要があるとき
- (3) 当該紛争を解決する上で、法解釈上の問題があり、委員会の判断を示す必要があるとき

5 知事が定める

第2項から第8項までに定めるもの以外の委員会の組織、運営に関し必要な事項は、「東京都消費者被害救済委員会運営要綱」により定めている。

(事件の周知)

第30条 知事は、紛争の解決を委員会に付託したときはその概要を、当該紛争が解決したとき又は解決の見込みがないと認めるときは審議の経過及び結果を明らかにして、同一又は同種の原因による被害の防止及び救済を図るものとする。

(趣 旨)

本条は、委員会に付託された案件について、付託した時点でその概要を、また、処理が終了したときには、審議の経過や結果(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)を広く都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実効を期するものである。

平成14年の条例改正で、被害救済委員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ことを明確にした。

(消費者訴訟の援助)

第31条 知事は、事業者の事業活動により消費生活上の被害を受けた消費者（以下「被害者」という。）が、事業者を相手に訴訟を提起する場合又は事業者に訴訟を提起された場合で、次に掲げる要件（都民の消費生活に特に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると知事が認めるときは、第1号に掲げる要件は除く。）を満たすときは、委員会の意見を聴いて、当該被害者に対し、当該訴訟に係る経費（以下「訴訟資金」という。）の貸付け、当該訴訟を維持するために必要な資料の提供その他訴訟活動に必要な援助を行うことができる。

- 一 当該訴訟に係る経費が被害額を超え、又は超えるおそれがあるため、自ら訴訟により被害の救済を求めることが困難なこと。
- 二 同一又は同種の原因による被害を受けた消費者が多数生じ、又は生ずるおそれがあること。
- 三 当該被害に係る紛争の解決が委員会の審議に付されていること。
- 四 当該被害者が、当該貸付けの申込みの日前3月以上引き続き都内に住所を有すること。

(趣 旨)

本条は、委員会に付託した案件で、委員会におけるあっせん・調停が不調に終わり裁判になったものに対して資金の貸付け等の援助について規定したものである。

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少額にとどまるいわゆる少額多数被害について、原則として訴訟援助が行われる。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ものである。

(語句の説明)

1 事業者に訴訟を提起された場合

事業者が、委員会のあっせん・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。平成6年の全部改正により、加えたものである。この場合も、本条第1号から第4号の要件を充たしていなければならないため、必ず、委員会の審議に付される手続きを経ることが必要である。

2 第1号に掲げる要件は除く

訴訟援助は、「少額・多数被害の救済」（第1号、第2号の要件）を基本要件としている。しかし、クレジットの普及などによる取引の高額化、あるいは商品による身体被害への対応を考慮すると、第1号要件を厳格に適用すると、都民の消費生活の安定という本条例の目的に合致する事例が排除される事態が起きることも考えられる。そこで、知事が「消費生活に特に著しく影響を及ぼす（おそれがある）」と認めたときには、第1号の要件に関わらず援助ができることとしたものである。

3 必要な資料の提供

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である。とりわけ商品被害においては、高度の知識・技術を要するもの、研究機関でしか得られない資料等が必要になることも考えられる。そこで、都が相談処理や被害救済委員会の審議の過程で収集・調査した資料の提供を行うことにより、訴訟の維持に助力できるよう規定したものである。

4 その他訴訟活動に必要な援助

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、情報の提供等、資金貸付以外の援助をいう。

5 審議に付されていること

委員会のあっせん・調停等による紛争処理が行われた事件であることを指す。通常は、あっせん・調停等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、委員会が、付託された紛争のあっせん・調停に先立ち、あるいは、あっせん等の処理中に、委員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、その段階で委員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、委員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。

(貸付けの範囲及び額)

第32条 訴訟資金の貸付けの範囲は、当該訴訟の遂行に要する裁判手続費用、弁護士費用その他訴訟に要する費用及び権利の保全に要する費用並びに強制執行に要する費用（以下「訴訟等の費用」という。）とし、その額は、規則で定める。

〔貸付けの額 規§13〕

(趣 旨)

訴訟資金貸付け対象の範囲を規定し、その額については、規則で定めることとした。

(語句の説明)

1 規則で定める

規則第13条に定める貸付けの額は、以下のとおりである。

- (1) 裁判手続費用は、裁判所に納める額を限度として、知事が相当と認める額
- (2) 弁護士費用は、弁護士に支払う報酬等について、その支払額を限度として知事が相当と認める額
- (3) その他訴訟に要する費用は、書証作成費用、通信連絡費用等訴訟遂行上必要な費用であってその支払額を限度として、知事が相当と認める額
- (4) 権利の保全に要する費用は、裁判所が決定した保証金、裁判所が嘱託する登記又は登録につき納める登録免許税の額並びに執行官法の規定による手数料及び費用の額を限度として、知事が相当と認める額
- (5) 強制執行に要する費用は、裁判所が嘱託する登記又は登録につき納める登録免許税の額並びに執行官法の規定による手数料及び費用の額を限度として、知事が相当と認める額

(貸付けの申込み)

第33条 訴訟資金の貸付けを受けようとする者は、規則で定めるところにより、知事に申し込まなければならない。

〔貸付け申込み 規§14〕

(趣 旨)

貸付け申込みの手続きを規定したものである。

(語句の説明)

1 規則で定めるところ

申込者は、東京都消費者訴訟資金貸付申込書に次の書類を添えて、知事に提出しなければならない。(規則第14条)

①住民票抄本 ②被害概要書 ③訴訟等の費用支払予定額調書

(貸付けの決定)

第34条 知事は、前条の規定により申込みを受けたときは、委員会の意見を聴いて、訴訟資金の貸付けの適否及び範囲を決定するものとする。

〔貸付け決定等 規§15～18〕

(趣 旨)

貸付けの決定手続きを規定したものである。

(語句の説明)

1 委員会の意見を聴いて

公金の支出という性格から、誰にでも無条件に貸付けを行うことができるものではなく、都民の公共の福祉の充実に役立つという観点からの一定の制約を受けるものであり、行政の判断の公正性を確保するために委員会の判断を求めることとした。

(貸付利率及び償還期限)

第35条 前条の規定により決定された訴訟資金の貸付金（以下単に「貸付金」という。）は、無利子とし、その償還期限は、規則で定めるところによる。

〔償還期限及び方法 規§19〕

(趣 旨)

貸付金の利率を定め、その償還期限については、規則で定めることとした。

(語句の説明)

1 償 還 期 限

訴訟の終了した日（判決や裁判上の和解が確定した日等）から6月を経過した日とされている。ただし、強制執行に係る貸付金の償還期限は、強制執行終了の日から1月を経過した日とされている。(規則第19条)

(貸付金の償還)

第36条 訴訟資金の貸付けを受けた者（以下「借受者」という。）は、その償還期限が到来したときは、規則で定めるところにより、速やかに貸付金の全額を償還しなければならない。ただし、規則で定める要件に該当するときは、知事は、貸付金の即時償還を命ずることができる。

〔即時償還 規§20、届出事項 規§23、資料の提出 規§24〕

(趣 旨)

貸付金の償還について規定した。規則で定める要件に該当するときは即時返還を命ずることができる。

(語句の説明)

1 規則で定める要件

即時償還を命じる場合は、次のいずれかの場合である。(規則第20条)

- (1) 貸付金を目的外に使用したとき、又は事由なくその目的に使用しないとき
- (2) 偽りの申込みその他不正の手段によって、貸付金の交付を受けたとき
- (3) 訴えを取り下げたとき
- (4) 確実な連帯保証人を欠き、新たに立てることができなくなったとき
- (5) 前各号に定める場合のほか、条例及びこの規則に違反し、又は知事の指示に従わないとき

(返還債務の免除)

第37条 知事は、前条の規定にかかわらず、借受者が訴訟の結果、訴訟等の費用を償うことができないときその他やむを得ない理由により貸付金を償還することができないと認めるときは、貸付金の返還の債務の全部又は一部の償還を免除することができる。

[即時償還 規 § 20、届出事項 規 § 23、資料の提出 規 § 24]

(趣 旨)

借受者が訴訟の結果、訴訟の費用を償うことができないときなどに、貸付金の返還を免除できることを規定している。

(語句の説明)

1 免 除

借受者の債務の全部又は一部の償還を免除することができる場合は、次のいずれかの場合である。(規則第21条)

- (1) 判決又は和解によって確定した額が貸付金の額を下回ったとき
- (2) 訴訟の結果が敗訴となったとき
- (3) 強制執行の結果受ける配当額が貸付金の額を下回ったとき
- (4) 借受者が死亡し、訴訟を継承すべき者がいないとき
- (5) その他、知事が必要と認めたとき

なお、公平性を保ち、かつ適切な執行を図ることを目的として、免除する場合の具体的基準を別途定めている(平成7年9月1日付7生文化価取第255号)。

(違約金)

第38条 第36条に規定する貸付金の償還を怠った者は、その償還すべき金額に対し、償還期限の翌日から償還の日までの日数に応じ、年14.6パーセントの割合で計算して得た違約金を支払わなければならない。ただし、知事が特別の理由があると認めるときは、この限りでない。

(趣 旨)

貸付金の償還を怠った者の違約金支払い義務及びその免除を規定した。

第6章 情報の提供の推進

(情報の提供等)

第39条 知事は、この条例の他の規定に定めるもののほか、都民の消費生活の安定と向上を図るため、消費生活に関する情報を収集し、消費者に必要な情報を提供するものとする。

(趣 旨)

消費者問題の対象領域の拡大に伴い、消費者は必要とする情報を得ることが一層困難になってきている。本条は、事業者からの一方的な情報が氾濫している現代において、消費者と事業者の情報の格差を縮め、消費者自らの適切な選択や、消費者の主体的行動を支援するため、広く消費生活に関する情報を収集し、各種媒体を通じて広く都民に提供することを規定したものである。本章は平成6年の全部改正において新設されたものである。

平成14年の条例改正において、前文に、「消費者の役割」を明示した。その趣旨は、

- ① 一人ひとりの消費者が、商品等を選択する際に自らも情報を収集し、自己の価値観にそった適切な判断ができるようにするなど、主体的行動を行うために努力することが求められること。
- ② 適切な商品等の選択や適正な条件で取引を行うことなど、また、エコ製品開発等で意見を述べることなどで社会経済に影響を与え、又は動かすなど、能動的役割があることを認識することが必要であること。
- ③ 環境に配慮したライフスタイルや省エネルギー行動等、社会の一員としての役割を積極的に果たすことが求められていること。
- ④ 市場メカニズム重視社会を目指した法整備の進むなかで、消費者にも自己責任が問われるようになってきていること。

などからである。

消費者の自立を支援するため、事業者においては、消費者が商品等の適切な選択を行い得るための商品等に関する正確な情報提供はもとより、企業理念や経営状況を開示するディスクロージャー等の積極的な情報の開示が不可欠である。

(語句の説明)

1 この条例の他の規定に定めるもの

第11条（調査に関する情報提供）、第15条第2項（表示等の調査）、第24条（調査等に関する情報提供）、第27条（不適正な取引行為に関する情報提供）、第30条（事件の周知）

第2章から第5章までにおける調査等の情報提供については、各々情報提供の根拠条文に基づき情報提供を行うが、本条は、それ以外にも広く消費生活に関する情報を提供することを定めた根拠規定である。

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、

- (1) 商品やサービスについての安全性、品質、価格、取引条件等に関する情報
- (2) 消費生活相談に関する情報
- (3) 消費者の被害及びその救済や予防に関する情報
- (4) 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 提供する

不特定多数の消費者を対象に、様々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ほか、消費者の求めに応じて必要な情報を提供することが考えられる。

- (1) 不特定多数の消費者に対する情報の提供としては、定期情報誌の発行、リーフレット、ポスター、テレビ、ラジオ、インターネットによる広報などが考えられる。
- (2) 求めに応じた情報の提供としては、図書資料室における閲覧、貸出、レファレンスサービス、消費生活相談における情報提供などが考えられる。
- (3) また、適格消費者団体に対する消費生活相談情報の提供なども考えられる。

(関係法令の条文)

「消費者基本法」

(啓発活動及び教育の推進)

第17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生活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、経済的状況に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。

(試験及び研究の結果の情報の提供)

第40条 知事は、必要と認める商品又はサービスについて試験及び研究を行い、それらの結果を明らかにするものとする。

(趣 旨)

近年の商品、サービスの多様化に伴い、安全性・品質・性能等に関する科学的情報を求める消費者の要求が高まっているが、事業者からのこれらの情報の提供は必ずしも十分とはいえない。

そこで、本条では、第39条の消費生活全般にわたる情報提供のうち、特に商品又はサービスについて試験及び研究を行い、その結果や評価についての情報を提供することについて規定したものである。

(語句の説明)

1 必要と認める

必要な場合としては、以下のような場合が考えられる。

- (1) 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
- (2) 安全・品質・性能について、都民の関心が強く、商品等の選択、使用等に当たって、適切な情報の提供が必要とされるもの
- (3) 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

2 試験及び研究

消費者への情報提供を目的とするものであり、環境衛生や食品衛生等行政上の規制、指導を目的としたものではない。そのような規制違反の疑いがある等の場合の試験は、基本的に所管行政部門の試験検査機関で対応するものである。

第7章 消費者教育の推進

（消費者教育の推進）

第41条 都は、消費者が消費生活を営む上で、必要な知識及び判断力を習得し、主体的に行動し、並びにその行動が経済社会及び環境に及ぼす影響についての理解を深め、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画するため、消費者に対する教育に係る施策及びこれに準ずる啓発活動（以下「消費者教育」という。）を推進するものとする。

（趣 旨）

消費のサービス化や信用取引の増大等により、消費者問題はますます複雑多様化している。また、「地球温暖化のような環境問題の原因は、消費活動によるところも大きい。」との認識が広がっているように、社会問題や将来世代の状況なども、消費生活に関する行動が大いに影響している。これに伴い、行政として、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、主体的・合理的な消費行動を行い、自らの消費行動が社会、経済、地球環境などに与える影響を自覚して行動し、公正で持続可能な社会の形成に参画することができるよう、消費者教育に係る施策を推進していくことの重要性が高まっている。

そこで、本章は、消費者が自ら考え、主体的に行動する素地を作るため、都が消費者に対する教育施策を推進すること等を規定したものであり、平成6年の全部改正によって、「消費者教育を受ける権利」が追加されたことに伴って新設されたものである。

特に、社会経済状況は急速に変化しており、新たな消費者問題も現出している状況のなかで、消費者被害を減少させるためには、消費者の資質の向上がより一層求められる。このため、消費者教育を充実・強化する必要がある。特に、子供の頃から生活者としての基本をしっかりと身に付けるための消費者教育や、その教育を行う指導者を養成するなどの施策が考えられる。

消費者教育の推進の重要性が認識される中、平成27年改正では、消費者を取り巻く環境の大きな変化の中で、消費者教育の高まりや消費者教育推進法が制定された背景等を踏まえ、消費者が消費者市民社会を構成する一員として、自ら考え、主体的に消費者市民社会に参画する等自主的かつ合理的に行動する素地を作るため、消費者教育の基本的事項や、連携して消費者教育を推進する消費者団体、事業者・事業者団体の役割、消費者教育を受ける立場である消費者について期待される役割等を追加した。

（語句の説明）

1 消費者教育

消費者が経済行為の主体としての基礎的な知識を身に付け、責任をもって意思決定を行い得る能力を養い、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、主体的に行動し、公正で持続可能な社会の形成に参画する「自立した消費者」を目指す教育をいう。

学校教育における消費者教育については、平成元年に改訂された学習指導要領以降、本格的に導入された。また、平成29・30・31年改訂の新学習指導要領では新たな視点を加えて充実が図られており、令和2年度より小学校、令和3年度より中学校、令和4年度より高等学校で実施されている。

2 都

消費者教育の推進主体として、知事部局（生活文化スポーツ局等）のほか、教育委員会（教育庁）、

消防庁及び警視庁が対象となるため、「知事」ではなく、「都」としている。

3 必要な知識

必要な知識とは、単に消費生活に役立つ知識や常識の範囲にとどまらず、消費者が消費者市民社会の担い手とし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、多面的かつ実践的な知識をいう。

4 消費者に対する教育に係る施策及びこれに準ずる啓発活動

「教育に係る施策」とは具体的に、各種消費生活講座の開催、コンシューマー・エイドの養成・派遣、教材開発・制作・貸出、カリキュラムの開発等の施策、「これに準ずる啓発活動」とは、第 39 条に規定する消費者の自立を支援するような消費生活に関する知識の普及や情報提供をいう。ただし、学校における消費者教育の推進については教員対象の講座の開催等、側面からの支援は含むが、学校教育法に基づく学校教育について直接の対象とするものではない。

2 前項に規定する消費者教育の推進に関する基本的事項は、次に掲げるとおりとする。

- 一 幼児期から高齢期に至るまで各段階に応じて体系的に実施すること。
- 二 年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮するとともに、学校、地域、家庭、職域その他の消費者教育が行われる場の特性に応じて、適切な方法によって実施すること。
- 三 消費者教育を推進する多様な主体と連携を図り、効果的に実施すること。

(趣 旨)

社会経済の状況に応じて、消費者が身に付けておくべき知識は日々変化している現状を踏まえ、第 41 条第 1 項で規定する消費者教育の目的を達成するため、消費者が必要な情報を得て、自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者教育を推進するに当たっての基本的事項について規定した項である。

(語句の説明)

1 体系的に実施

消費者教育を体系的に実施するとは、幼児期から、小学生期、中学生期、高校生期、若者・高齢者を含む成人期に至るまで、ライフステージごとに、消費者の発達段階と消費生活の特徴を加味すると共に、一時的なものであったり、断片的なものではない、将来にわたって持続される継続的かつ系統立った消費者教育を展開していくことである。

2 多様な主体と連携

消費者教育は、学校、地域、家庭、職域など生活における様々な場面で実施されるが、その際、行政だけではなく、それぞれの場において活動している多様な主体との連携を確保し実施することが、消費者教育の効果を発揮することになる。

連携の例として、消費者団体と連携し、消費者意識の啓発等を目的として消費者問題に関するイベントを実施すること、大学等と連携し、大学等の新入生ガイダンスなどで出前講座を実施すること、及び事業者等と連携し、当該企業の社員向け講座の講師として、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を派遣することが挙げられる。

(関係法令の条文)

「消費者基本法」

(啓発活動及び教育の推進)

第 17 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。

「消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）」

第1条（目的）

第2条（定義）「消費者教育」「消費者市民社会」

第3条（基本理念）

第5条（地方公共団体の責務）

第10条（都道府県消費者教育推進計画等）

第20条（消費者教育推進地域協議会）

第11条～13条、16条（基本的施策 義務）

第15条、17条、18条（基本的施策 努力義務）

（消費者の消費者教育への参画）

第41条の2 消費者は、消費者の権利の確立及び公正かつ持続可能な社会の形成に向け、年齢、障害の有無その他の特性、様々な状況等に応じて、主体的に消費者教育に参画するものとする。

（趣 旨）

消費者教育を効果的に進めるためには、都、区市町村や消費者団体、事業者・事業者団体などの多様な主体、そして消費者が一体となって展開していくことが重要である。

平成27年の改正では、消費者教育を受ける立場である消費者についても、消費者教育の効果を十分に高めるため、消費者自身も消費者教育の機会を積極的に活用し、参画する旨が規定された。

（語句の説明）

1 参画するものとする

第41条の2で規定する消費者の参画については、消費者教育を受ける側の立場である消費者においても、消費者市民社会の担い手として、社会的役割を果たすという趣旨から消費者教育の機会を積極的に活用することが求められるという意味で「期待される役割」としての規定にとどめたものであり、いわゆる努力義務とは異なる。これは「消費者に努力義務を課すことで「消費者トラブルは消費者の自己責任である」といった誤解を生む危惧も踏まえ、努力義務とは規定せず、消費者に期待される役割として規定することが適切である」との消費生活対策審議会の答申を踏まえ、消費者団体、事業者・事業者団体に対し「努めるものとする」と規定した役割や責務とは異なる、消費者の位置付けを規定したものである。

なお、「ものとする」という用語については、一定の義務付けを弱いニュアンスで規定しようとするときに用いられる一方で、物事の原則を示そうとするときや、当然のことを念のため規定するものであることを表そうとするときに用いられるものであるが、第41条の2の場合は、後者の意味合いとして用いている。

（消費者団体の役割）

第41条の3 消費者団体は、自主的な消費者教育に取り組むとともに、様々な場で行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

（事業者及び事業者団体の役割）

第41条の4 事業者及び事業者団体は、自主的な消費者教育に取り組むとともに、都、区市町村等が実施する消費者教育に係る施策に協力するよう努めるものとする。

2 事業者及び事業者団体は、消費者への消費生活に関する有用な情報提供及び啓発活動に努めるものとする。

3 事業者は、その従業員に対する消費者教育の実施に努めるものとする。

（趣 旨）

消費者教育を推進するためには、都がその責務や役割を果たすことに加え、消費者の権利・利益の擁護・維持のために消費者によって自主的に組織され、消費者のための活動を恒常的に行っている消費者団体や、消費者に商品及びサービスを提供する立場において消費生活に密接に関係している事業者及び事業者団体の協力が不可欠である。

これを踏まえて、平成27年の改正によって、消費者教育における消費者団体、事業者・事業者団体の責務を努力規定として明示した。消費者団体に対しては、自主的に消費者教育に取り組むことと共に、様々な場で実施される消費者教育に対して協力を求めることとした。事業者・事業者団体に対しては、消費者団体同様、自主的な消費者教育に取り組むことと共に、行政が実施する消費者教育の施策に協力を求めることとした。また、事業者側が持ち得る消費生活に関する情報を、消費者に積極的に提供すると共に啓発活動に努める旨も規定した。さらに、事業者については、自らの従業員に対しても積極的に消費者教育を実施することを努めるよう規定した。

以上により、消費者教育の推進は、行政が単独で行うだけではなく、多様な主体と連携して行うという機運を高め、消費者教育の効果を十分に得られることを期待している。

（学習条件の整備）

第42条 都は、消費生活に関する消費者の自主的な学習の支援のために必要な条件の整備を行うものとする。

（趣 旨）

本条は、消費者が自ら考え、主体的に行動する素地をつくるため消費者教育を推進するに当たり、消費者が主体的に学習することを尊重し、自主的な消費者の学習欲求に対応し、消費者の自主的な学習を支援するため、第41条の一般的な規定とは別に、特に都が必要な諸条件を整備していくことを規定したものである。

（語句の説明）**1 条件の整備**

講座等の開催、場所の提供、施設等の貸出し、教材・教具の提供、コンシューマー・エイドの養成・派遣等をいう。

第8章 消費生活に関する施策の総合的な推進

（基本計画の策定）

第43条 知事は、消費生活に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための基本となる計画（以下「基本計画」という。）を策定するものとする。

〔消費審諮問 § 45②六〕

2 基本計画には、次に掲げる事項を定めるものとする。

一 消費生活に関する施策の大綱

二 前号に掲げるもののほか、消費生活に関する施策を推進するために重要な事項

3 知事は、基本計画を定め、又は変更したときは、遅滞なく、これを明らかにするものとする。

（趣 旨）

消費生活に関する施策の全庁的な調整及び総合的かつ計画的な推進を図るために基本となる計画を策定することを定めたものである。

（語句の説明）

1 策定する

策定に当たっては、東京都消費生活対策審議会に諮問する必要がある（第45条第2項第6号）。

2 施策の大綱

都民の消費生活の安定と向上を図るための基本理念や目標、それを実現するために取り組むべき課題の基本となる柱及び施策の体系などが考えられる。

3 施策を推進するために重要な事項

国や道府県・区市町村との連携、消費者団体等民間団体との協力のあり方などが考えられる。

4 明らかにする

印刷物の発行など、広く都民が知ることができるようにすることをいう。

（総合的調整）

第44条 都は、都の消費生活に関する施策について総合的に調整し、及び推進するために必要な措置を講ずるものとする。

（趣 旨）

消費生活に関する問題の多様化や被害の深刻化等にもない、関係機関との連携による迅速な対応が求められることから、施策の調整及び推進のために必要な措置を行うことを定めている。

（語句の説明）

1 必要な措置

消費者問題に対応する関係機関による調整・検討組織の設置などが考えられる。

第 9 章 東京都消費生活対策審議会

(東京都消費生活対策審議会)

第45条 都民の消費生活の安定と向上に関する基本的事項を調査審議させるため、知事の附属機関として、東京都消費生活対策審議会（以下「審議会」という。）を置く。

2 知事は、次に掲げる場合には、審議会に諮問しなければならない。

- 一 第10条第2項の規定による認定をしようとするとき。 〔危害に関する安全立証要求 § 10②〕
- 二 第14条第1項、第16条第1項から第3項まで又は第17条第1項の規定による指定を行う商品若しくはサービスを選定し、又はその解除をしようとするとき。

〔危害防止のための表示 § 14①、品質等の表示 § 16①～③、品質等の保証表示 § 17①〕

三 第18条第1項の規定による指定を行う商品を選定し、若しくはその解除をしようとするとき又は同条第2項の規定による指定をし、若しくはその変更若しくは解除をしようとするとき。

〔単位価格及び販売価格の表示 § 18①・②〕

四 第19条第1項、第25条第1項又は第25条の2の規定による規則の制定をし、又はその改正をしようとするとき。

〔適正包装の一般的基準 § 19①、不適正な取引行為 § 25①、重大不適正取引行為 § 25の2〕

五 第19条第2項の規定による基準の設定を行う商品を選定し、又はその解除をしようとするとき。

〔商品ごとの包装基準 § 19②〕

六 基本計画の策定又は変更をしようとするとき。

〔基本計画の策定 § 43〕

3 審議会は、第1項に規定する基本的事項に関し、知事に意見を述べることができる。

4 審議会は、学識経験を有する者及び関係行政機関の職員のうちから、知事が任命する委員30人以内をもって組織する。

5 委員の任期は、2年とし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。

6 特別の事項を調査審議するため必要があるときは、審議会に臨時委員を置くことができる。

7 専門の事項を調査するため必要があるときは、審議会に専門員を置くことができる。

8 委員、臨時委員及び専門員は、非常勤とする。

9 審議会は、専門の事項を審議す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。

10 審議会は、所掌事項の審議に際し、必要に応じ都民の意見を聴くことができる。

11 第4項から前項までに定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、知事が定める。

(趣 旨)

本条は、東京都消費生活対策審議会について規定したものである。

行政の運営に当たって、専門性の高い事項や公正な執行が望まれる事項等につき、広く各界の意見を聴くために、審議会を設置するものである。

(語句の説明)

1 調査審議、諮問

本条第1項では、都民の消費生活の安定と向上に関する基本的事項を調査審議させるという審議会の設置目的を規定しており、第2項では、基本的事項のうちでも第1号から第6号までに列挙す

るものについては、諮問をしなければならないと規定している。

審議会で調査審議するものは、「都民の消費生活の安定と向上に関する基本的事項」であり、特に、第2項第1号から第6号までに掲げる事項は、行政施策を講じるに当たって専門性の高い事項等で、その決定に当たって、慎重かつ公平を期する必要があることから、審議会に諮ることを特に明記したものである。これらの事項については、審議会に諮問し、その答申を受けた後でなければ、行政の意思決定はできない。法的にはその内容に拘束されるものではないが、答申は最大限尊重されなければならない。

平成14年の条例改正で、審議会に諮問・答申が必須となっている本条第2項第1号から第6号までに掲げる事項について、公平性、公正性を確保した上で、行政責任を明確にし、迅速に行政措置を行うために、以下の観点から見直した。

- ① 安全性の再立証を求める認定、危険な商品・サービスの排除勧告に当たっての認定、包装の一般的基準を守っていないことの認定、円滑な流通を妨げる異常な価格の認定については、それまで審議会の諮問が必須の事項であったが、被害の未然・拡大防止のため、迅速に対応する必要から削除し、機動的に執行するようにした。
- ② 条例第10条第2項の「安全性の立証を求める認定」、第19条第1項の「適正包装のための一般的基準」及び第25条第1項の「不適正な取引行為」を定める規則の制定・改正、第18条第2項の「単位価格を表示しなければならない事業者の業種等」の指定・変更・解除、第43条の基本計画の策定・変更に関わる事項は、社会的影響も大きく、各界の幅広い観点から慎重かつ公平に対処する必要があることから、従来どおり、審議会の諮問が必須の事項とした。
- ③ 条例第14条第1項の「危害防止表示事項等」、第16条第1項から第3項までの「品質等の表示」、第17条第1項の「品質等の保証表示」の規定による指定を行う商品・サービスの選定・解除をしようとするとき、第18条第1項の「単位価格及び販売価格の表示」の規定による指定を行う商品の選定・解除をしようとするとき、第19条第2項の「商品ごとの包装基準」の規定による基準の設定を行う商品の選定・解除をしようとするときは、審議会の諮問が必須の事項とした。
- ④ 上記③の事項について、改正前は、具体的表示事項やその方法等の詳細な内容も含めて審議会の諮問が必須の事項であったが、法令改正により具体的表示事項を改正する必要性が生じるなど、軽微な修正も諮問しなければならないなど、機動的に行政施策が講じられない状況がみられた。そこで、商品等の表示事項については、指定を行う商品等の選定・解除は社会的にも利害関係事業者への影響も大きいため、審議会への諮問を必須とする事項とし、具体的表示事項等は、商品等の選定をめぐる審議経過や選定理由等を踏まえて、都が内容を決定し、告示することとした。
- ⑤ なお、平成14年の条例改正で審議会の諮問が必須でなくなった事項についても、社会的影響が大きく幅広い議論が必要な場合は、審議会での審議を経た上で決定することが望ましい場合もある。また、必要に応じて、委員会を設置したり、既存の助言制度等を積極的に活用し、学識経験者や当該事業の関係者、消費者団体等から意見を聞いたり、助言を得ることも重要である。

平成18年の条例改正で、重大不適正取引行為の規定を導入したことに伴い、「重要な事項」を定める規則の制定・改正について、審議会の諮問が必須の事項とした。

2 附 属 機 関

地方自治法第138条の4（委員会・委員及び附属機関の設置）及び同法第202条の3（附属機関の職務権限・組織等）の規定に基づく「附属機関」である。

3 意見を述べる

諮問事項以外に、又は諮問事項を越えて、消費生活に関する新しい問題が発生することもあることから、審議会に意見具申の機能を与えたものである。

4 知事が定める

「会長の選任及び権限」、「招集」、「部会の議事」、「幹事及び書記」等については、東京都消費生活対策審議会運営要綱（6 生文消計第532号、平成6 年12月28日、最終改正令和4 年4 月1 日）において定めている。

5 諮問事項引用条文の内容 （ ）内は諮問すべき事項

- (1) 第10条第2 項……………危害に関する安全立証要求（危害を及ぼす疑い等の認定）
- (2) 第14条第1 項……………危害防止のための表示（指定を行う商品・サービスの選定・解除）
 第16条第1 項～3 項……………品質等の表示（指定を行う商品・サービスの選定・解除）
 第17条第1 項……………品質等の保証表示（指定を行う商品・サービスの選定・解除）
- (3) 第18条第1 項……………単位価格及び販売価格の表示（指定を行う商品の選定・解除）
 第18条第2 項……………単位価格及び販売価格の表示
 （表示すべき事業者の業種・規模等の指定・変更・解除）
- (4) 第19条第1 項……………適正包装の一般的基準（規則の制定・改正）
 第25条第1 項……………不適正な取引行為（規則の制定・改正）
 第25条の2 ………………重大不適正取引行為（規則の制定・改正）
- (5) 第19条第2 項……………商品ごとの包装基準（基準の設定を行う商品の選定・解除）
- (6) 第43条……………基本計画の策定（基本計画の策定・変更）

第10章 調査、勧告、公表等

(立入調査等)

第46条 知事は、第10条、第12条から第14条まで、第16条から第19条まで及び第22条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、報告を求め、その職員をして、事業者の事務所、事業所その他その事業を行う場所に立ち入って、帳簿、書類、設備その他の物件を調査させ、若しくは事業者若しくはその従業員若しくは当該事業者の業務に従事する者（以下この条において「事業者等」という。）に質問させ、又は第10条に定める調査及び認定並びに第12条に定める認定を行うため、必要最小限度の数量の商品又は当該事業者がサービスを提供するために使用する物若しくは当該サービスに関する資料（以下「商品等」という。）の提出を求めることができる。

危害に関する調査 § 10、危険な商品又はサービスの排除 § 12、緊急危害防止措置 § 13、
危害防止のための表示 § 14、品質等の表示 § 16、品質等の保証表示 § 17、
単位価格及び販売価格の表示 § 18、適正包装の確保 § 19、特別調査 § 22、
立入調査等規 § 25①

- 2 知事は、事業者等が前項の規定による報告、商品等の提出若しくは立入調査を拒み、又は質問に対し答弁しなかったときは、事業者に対し、書面により、報告若しくは商品等の提出を要求し、又は立入調査若しくは質問に応ずべきことを要求することができる。〔公表 § 50、立入調査等 規 § 25②〕
- 3 前項の書面には、要求に応じない場合においては、当該事業者の氏名又は名称その他必要な事項を公表する旨及び報告、商品等の提出、立入調査又は質問を必要とする理由を付さなければならない。
- 4 第1項及び第2項の規定により立入調査又は質問を行う職員は、その身分を示す証明書を携帯し、事業者等に提示しなければならない。〔身分証明書の様式 規 § 26〕
- 5 都は、第1項及び第2項の規定により事業者から商品等を提出させたときは、正当な補償を行うものとする。〔補償請求書等 規 § 27〕
- 6 第1項又は第2項の規定による立入調査の権限は、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)

本条は、第2章から第4章まで及び本章の該当条文の施行に当たってその実効性を確保するため、知事が必要な限度において、事業者に報告を求め、職員をして事業者の事務所に立ち入って調査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。

なお、第6項は、平成18年の条例改正時に追加された。立入調査が行政上の目的のために行われるものであり、犯罪捜査のための刑事手続とは異なることを明確にしたものである。

(語句の説明)

1 引用条文の内容

- (1) 第10条……危害に関する調査
- (2) 第12条……危険な商品又はサービスの排除

- (3) 第13条……緊急危害防止措置
- (4) 第14条……危害防止のための表示
- (5) 第16条……品質等の表示
- (6) 第17条……品質等の保証表示
- (7) 第18条……単位価格及び販売価格の表示
- (8) 第19条……適正包装の確保
- (9) 第22条……特別調査

2 事業者若しくはその従業員若しくは当該事業者の業務に従事する者（以下この条において「事業者等」という。）

職員は、事業者だけではなく、その従業員若しくは当該事業者の業務に従事する者に対して、質問をすることができる。

「従業員」とは、当該事業者と雇用契約を結んでいる者をいう。

「当該事業者の業務に従事する者」とは、従業員のように当該事業者と雇用契約を結んではないが、実際に業務に従事している者をいう。事業者との間で委託契約等を締結しているか否か、また有償か、無償かは問わない。

従来は、質問をする相手方を「関係人」という言葉を用いて規定していたが、関係人という言葉が何を指すのかが明確ではなかった。そのため、平成27年改正により、質問をする相手方が、事業者と、当該事業者の従業員、そして当該事業者の業務に従事する者であることを明確化した。

3 サービスを提供するために使用する物

第9条参照

4 サービスに関する資料

エステティックサロン、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。

5 事業者等

第1項において、事業者若しくはその従業員若しくは当該事業者の業務に従事する者を事業者等というとして規定しており、本条における「事業者等」は上記に限定される。

6 身分を示す証明書

立入調査又は質問を行う職員は、その身分を示す証明書を携帯し、事業者、その従業員若しくは当該事業者の業務に従事する者に提示しなければならない。

7 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は、正当な補償を行うことになる。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。

（立入調査等）

第46条の2 知事は、第26条及び第51条第1項の規定の施行に必要な限度において、事業者又は当該事業者と消費者との間で行う当該取引に密接に関係する者として次の各号のいずれかに該当すると知事が認める者（以下「密接関係者」という。）に対し、報告を求め、その職員をして、事業者若しくは密接関係者の事務所、事業所その他その事業を行う場所に立ち入っ

て、帳簿、書類、設備その他の物件を調査させ、又は事業者若しくは密接関係者若しくはそれらの従業員若しくはそれらの業務に従事する者（以下この条において「事業者、密接関係者等」という。）に質問させることができる。〔不適正な取引行為に関する調査 § 26、立入調査等規 § 25 の2①、§ 51①禁止命令 § 51①〕

一 当該取引に関し、消費者の判断に影響を及ぼす重要な事項を消費者に告げ、又は表示する者

二 当該取引に誘引するため又は契約後において当該取引を継続させ、若しくは取引の内容を拡大させるためほかの商品若しくはサービスを消費者に供給する者

三 当該取引に関し、契約の締結若しくは解除又は債務の履行に係る行為を行う者

四 当該取引に関し、契約の締結、履行又は解除に係る関係書類を保有する者

五 当該取引に関し、当該事業者に対し、第25条第1項に規定する取引行為の方法等を教示する者

六 前各号に掲げるもののほか、規則で定める者

2 知事は、第26条及び第51条第1項の規定の施行に必要な限度において、事業者、密接関係者等に対し、書面により、報告を要求し、又は立入調査若しくは質問に応ずべきことを要求することができる。〔公表 § 50②、立入調査等 規 § 25の2②〕

3 前項の書面には、要求に応じない場合においては、当該事業者又は当該密接関係者の氏名又は名称その他必要な事項を公表する旨及び報告、立入調査又は質問を必要とする理由を付さなければならない。

4 第1項及び第2項の規定により立入調査又は質問を行う職員は、その身分を示す証明書を携帯し、事業者、密接関係者等に提示しなければならない。〔身分証明書の様式 規 § 26〕

5 第1項又は第2項の規定による立入調査の権限は、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。

6 知事は、第26条及び第51条第1項の規定の施行に必要な限度において、事業者との間で取引を行う者に対し、当該取引に関する事項について報告を求めることができる。

（趣 旨）

本条は、平成27年の条例改正で、第26条及び第51条第1項の規定の施行に必要な限度において立入調査等の適用対象を拡張する趣旨で、第46条の規定から別建てとして新設した。

消費者と事業者の間の取引に際して、勧誘主体と実際に契約を交わす契約主体が異なる等の複合的な仕組みを持った取引が増加しており、契約の相手方となっている事業者に対する調査だけではなく、関係事業者に対する調査を行わないと、不適正な取引行為の全容等の解明が困難な状況が生じている。そこで、不適正な取引行為に関する調査に必要な限度において、関係事業者に対し、報告や立入調査を求めることができる旨を規定したものである。これにより、従来の第46条は危害防止や表示等に係る立入調査等に適用し、不適正な取引行為に係る第26条及び第51条第1項関係の立入調査等については本条を適用することで、対象及び範囲を明確にした。

＜第1項＞

事業者以外に、「事業者と消費者との間で行う当該取引に密接に関係する者」すなわち「密接関係者」が立入調査等の対象となることを規定している。具体的には、事業者又は密接関係者に対し、報告を

求め、職員をして、その事務所に立ち入って調査させ、又は事業者若しくは密接関係者若しくはそれらの従業員若しくはそれらの業務に従事する者に質問させることができることを定めている。

職員が質問をすることができる相手は、①事業者、②当該事業者の従業員、③当該事業者の業務に従事する者、④密接関係者、⑤当該密接関係者の従業員、⑥当該密接関係者の業務に従事する者である。業務に従事する者とは、従業員のように事業者と雇用契約を結んではいないが、実際に事業者の業務に従事している者をいい、事業者との間で委託契約等を締結しているか、また有償無償のいかんを問わない。

＜第2項＞

第1項を立入調査等の根拠規定として置いた上で、第2項で、事業者及び密接関係者に対し、書面により、報告を要求し、立入調査や質問に応ずべきことを要求できることを定めている。事業者又は密接関係者が第2項の要求に応じない場合には、第50条第2項に基づき、その旨を公表し、不適正な取引行為による被害の防止を図ることとしている。

＜第3項＞

第3項は、第2項の書面に書くべき内容を定めている。報告、立入調査又は質問を必要とする理由に加え、事業者又は密接関係者が第2項の要求に従わない場合に、当該事業者又は当該密接関係者の氏名又は名称、その他必要な事項を公表する旨を明記し、書面を交付された事業者が立入調査等の趣旨やその後の措置等を正しく理解できるようにしている。

＜第4項＞

立入調査又は質問を行う職員は、その身分を示す証明書を携帯し、事業者、密接関係者等に提示しなければならない。

＜第5項＞

立入調査が行政上の目的のために行われるものであり、犯罪捜査のための刑事手続とは異なることを明確にしたものである。

＜第6項＞

第6項は、第1項から第5項までの規定とは異なり、「事業者との間で取引を行う者」に関する規定であり、このような者に対して、報告を求めることができることを定めている。

「事業者との間で取引を行う者」とは、消費者と取引を行う事業者との間で、例えば事務所の賃貸契約や電話回線契約などの「取引」を行う「関係事業者」である。インターネット通信販売事業者が出店しているサイバーモールの運営事業者や、インターネット接続に利用しているプロバイダも関係事業者である。また、事業者が消費者との取引に関して入出金に利用している金融機関も関係事業者となる。

不適正な取引行為を行う事業者の屋号や電話番号は分かっているが、法人名や事業所所在地が分からないという場合がある。当該事業者と取引する関係事業者に対して、事業者の氏名・名称、住所その他の必要な情報の報告を求めることができない場合には、事業者の所在が突き止められず、取引行為の改善に向けた指導ができないことになる。また、事務所等に立ち入って調査ができず、不適正な取引行為が行われている証拠が収集できなくなるおそれがある。そこで、本項により、事務所の賃貸事業者や電話会社等の第三者に対して、販売業者等の法人名や事業所所在地等の報告を求める調査権限を都に付与したものである。

報告の内容は、事業者と関係事業者との間の取引に関する事項全般である。ただし、不適正な取引行為に係る第26条及び第51条第1項の規定の施行に必要な限度で、報告を求めることができる。

第6項の規定に基づく報告の求めに対して、関係事業者が応じない場合は、密接関係者が要求に応

しない場合とは異なり、第50条の公表規定は適用されない。

(語句の説明)

1 引用条文の内容

- (1) 第26条……不適正な取引行為に関する調査
- (2) 第51条第1項……禁止命令

2 当該取引に密接に関係する者

事業者と密接な関係を有する者であればどのような者であっても立入調査等を行うのではなく、第1項各号に規定する「消費者との間で行う当該取引に密接に関係する者」に限定することを明確にしている。立入調査等の対象となる「密接関係者」は、事業者と消費者の当該取引について相当な関係を有している者である。密接関係者であるか否かは、具体的状況に則して判断されることとなる。

3 次の各号のいずれかに該当すると知事が認める者

以下の6種類を「密接関係者」として規定している。

立入調査は強い公権力行使であり、拒否した者については都民への情報提供として公表の対象となるため、事業者には予見可能性を与える必要がある。したがって、「密接関係者」については、本条に定義を明示し、そのいずれかに該当するものに限定している。

一 当該取引に関し、消費者の判断に影響を及ぼす重要な事項を消費者に告げ、又は表示する者

「消費者の判断に影響を及ぼす重要な事項」は、当該取引を行う消費者の意思形成に関し重大な影響を及ぼす事項であって、当該取引に関連のある事項である。(参考：特定商取引法施行令第40条は、特定商取引法上の密接関係者について、「販売業者等が行う特定商取引に関する事項であって、契約の相手方の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものを告げ、又は表示する者」などと規定している。)

「又は表示する者」との規定で、直接告げる者だけではなく、当該取引を行う消費者の判断に影響を及ぼす重要事項について誇大な広告を行う者が含まれることを明確にしている。

1号に該当する密接関係者は、例えば、「選ばれた人しか買えない海外リゾート会員権を自分の代わりに購入してくれたら、高値で買い取る」などと持ちかけ、結局はあれこれと理由をつけて買い取らないという、いわゆる「劇場型勧誘」の勧誘事業者などである。

この他、投資教材ソフトの販売を行う事業者とは別の事業者が、「教材を購入し、販売事業者の投資セミナーに参加して勉強すれば、数か月で必ず儲かる。」等と判断に影響を及ぼす重要事項を告げて、消費者を勧誘し、販売事業者につないで契約させる場合なども該当する。

二 当該取引に誘引するため又は契約後において当該取引を継続させ、若しくは取引の内容を拡大させるためほかの商品若しくはサービスを消費者に供給する者

販売事業者と消費者の当該取引の「誘引」、「継続」又は「取引内容の拡大」のために、販売事業者の取引する商品・サービスではない別の商品・サービスを当該消費者に供給する者である。

例えば、1号で例示した投資教材ソフトの販売に関して、投資セミナーを開催する事業者が販売

事業者とは別事業者である場合は、投資教材ソフトの契約に誘引するためにセミナーの提供がなされていることから、当該セミナー主催事業者が本号の密接関係者に該当する。

また、消費者に「あなたの持っている山林が早く売れるように広告を請け負う。」と言って継続的な広告契約を消費者との間で締結する事業者が、広告契約の継続又は拡大のために、「より早く売するために、当社の指定業者で整地した方が良い。」等と言って、消費者に整地の契約を締結させる際の整地業者などが該当する。

三 当該取引に関し、契約の締結若しくは解除又は債務の履行に係る行為を行う者

「契約の締結」に係る行為を行う者とは、販売事業者から委託等を受けて、当該取引に関する契約書の作成業務を行う者などをいう。また、「契約の解除」に係る行為を行う者とは、販売事業者から委託等を受けて、当該取引に関し、消費者との間で契約解除手続を実施する者などをいう。

「債務の履行に係る行為を行う者」とは、販売事業者から委託等を受けて、当該取引の対象である商品・サービスを実際に消費者に提供する者などである。例えば、タレント事務所が、訪問してきたタレント志望者に対して、「うちの事務所に所属して有名講師によるレッスン（タレント養成講座）を受ければ、絶対に有名タレントになれる。」等と告げて、所属契約の中にタレント養成講座を含めた契約を締結させた場合に、タレント事務所から委託等を受けて、当該消費者にタレント養成講座サービスを提供する事業者がこれに当たる。また、在庫を持たずに販売を行う浄水器の販売事業者が消費者と売買契約を締結した場合に、当該販売事業者から委託等を受けて、消費者のもとに浄水器を届け、台所等に設置する事業者などが該当する。

四 当該取引に関し、契約の締結、履行又は解除に係る関係書類を保有する者

販売事業者と消費者の当該取引に関連して、書類を保有する者である。例えば、販売事業者の顧客対応について委託等を受け、それに伴って当該事業者の顧客の契約書類を保有している事業者などが該当する。

なお、倉庫業者が、販売事業者から書類の保管を受託することがあるが、このような倉庫業者は、販売事業者と消費者との間の「当該取引」の存在すら知らず、密接な関係を有するとはいえないため、「密接関係者」には該当しないと解釈される。したがって、倉庫業者が保管している契約書類等に関しては、倉庫業者に対してではなく、所有者である販売事業者に対し、提出・報告を求めることになり、それに販売事業者が応じない場合は、販売事業者が「公表」の対象となる。

五 当該取引に関し、当該事業者に対し、第25条第1項に規定する取引行為の方法等を教示する者

「第25条第1項に規定する取引行為の方法等」、すなわち不適正な取引行為の方法等の教示に限定しているため、それ以外の教示、例えば経理の処理方法等を教示する者は該当しない。

本号に該当する密接関係者は、例えば、販売事業者の営業研修の講師を務めるなどして、販売事業者に対し、販売目的を隠したアプローチの方法や効能効果に関する不実を告げての勧誘方法など不適正な営業の仕方を教えている関連会社などである。

六 前各号に掲げるもののほか、規則で定める者

平成27年の改正時点では、規則で別途定める密接関係者は存在しない。新たな密接関係者を指定しなければならない立法事実が発生した場合に、必要に応じて、規則で追加する旨を規定している。

(告 示)

第47条 知事は、第14条第1項、第16条第1項から第3項まで、第17条第1項、第18条第1項若しくは第2項若しくは第22条第1項の規定による指定をし、若しくはその変更若しくは解除をしたとき、又は第19条第2項の規定による基準の設定をし、若しくはその変更若しくは廃止をしたときは、その旨を告示しなければならない。

危害防止のための表示 § 14①、品質等の表示 § 16①～③、品質等の保証表示 § 17①、
単位価格及び販売価格の表示 § 18①・②、特別調査 § 22①、適正包装基準 § 19②

(趣 旨)

本条は、知事が商品又はサービスに関する表示事項等や単位価格の表示方法等の指定又は変更等を行ったときに、その重要性に鑑み、その旨を告示することにより広く都民に周知せしめることを定めたものである。

(語句の説明)

1 引用条文の内容

- (1) 第14条……危害防止のための表示
- (2) 第16条……品質等の表示
- (3) 第17条……品質等の保証表示
- (4) 第18条……単位価格及び販売価格の表示
- (5) 第19条……適正包装の確保
- (6) 第22条……特別調査

2 告 示

本条の告示は、東京都公報に登載することによって行われる（東京都告示式）。

告示の効果は、一般都民が当該公報を最も早く入手し得る状態に達した時から発生する。当該告示において別に施行日の定めがあるときは、その定められた日となる。

(指導及び勧告)

第48条 知事は、第14条第2項、第16条第4項、第17条第2項、第18条第2項、第19条第3項又は第25条第2項の規定に違反をしている事業者があるときは、その者に対し、当該違反をしている事項を是正するよう指導し、及び勧告することができる。

危害防止のための表示の遵守 § 14②、品質等の表示の遵守 § 16④、
品質等の保証表示の遵守 § 17②、単位価格及び販売価格の表示の遵守 § 18②、
適正包装基準の遵守 § 19③、不適正な取引行為の禁止 § 25②、勧告書 規 § 28

(趣 旨)

本条は、表示・包装の適正化に関し行われた指定又は基準等に違反している事業者、又は不適正な取引行為を行っている事業者に対し、当該違反を是正するよう指導、勧告できることを定めたものである。

(語句の説明)**1 引用条文の内容**

- (1) 第14条……危害防止のための表示
- (2) 第16条……品質等の表示
- (3) 第17条……品質等の保証表示
- (4) 第18条……単位価格及び販売価格の表示
- (5) 第19条……適正包装の確保
- (6) 第25条……不適正な取引行為の禁止

2 指導、勧告

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。

本条例では、規定に違反する事業者に対し、是正指導を行って事業者の自主的遵守を促すことと、第49条に定める事業者の意見陳述を経て、違反事項を是正し、本条例により定められた規定を遵守するよう勧告することの2つを定めている。この2つは必ずしも前後の関係にあるものではなく、事業者の自主的遵守を促すだけでは消費者被害の拡大防止が見込めない場合には、指導を経ることなく勧告を行うこともできる。

(意見陳述の機会の付与)

第49条 知事は、第10条第3項の規定による要求又は第23条若しくは前条の規定による勧告をしようとするときは、当該要求又は勧告に係る事業者に対し、当該事案について意見を述べ、証拠を提示する機会を与えなければならない。

〔危害に関する安全立証再要求 § 10③、不適正事業行為の是正勧告 § 23、意見陳述の機会の付与 規 § 29～37〕

(趣 旨)

本条は、知事が商品又はサービスの危害に関する調査について事業者に安全であることの立証を要求し、又は不適正事業行為、表示・包装に関する違反行為若しくは不適正取引行為については是正勧告をしようとするときは、事業者に対して、意見陳述の機会を付与することを義務付けたものである。

行政権の行使に当たっては、その透明性・公正性を確保するため、行政手続条例（法律に基づく行政権行使の場合は行政手続法）により、不利益処分について「聴聞」又は「弁明の機会の付与」を行うべきことが定められている。

本条例における「勧告」は、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方に直接働きかける「行政指導」である。勧告に従わない場合は公表されることになるが、公表は事実行為であり、勧告の法的性格を変えるものではない。

しかし、公表されることは事業者にとって社会的な痛手であり、不利益な行為であることに変わり

はない。そこで、勧告が適正に行われることを担保する手段として、勧告に先立ち事業者に釈明の機会を与えるため、「意見陳述の機会」を設けたものである。

具体的手続は、規則第29条から第37条までに規定されている。

(語句の説明)

1 引用条文の内容

- (1) 第10条……危害に関する調査
- (2) 第23条……不適正事業行為の是正勧告
- (3) 第48条……指導及び勧告

(公 表)

第50条 知事は、事業者が第10条第3項若しくは第46条第2項の規定による要求又は第12条、第23条若しくは第48条の規定による勧告に従わないときは、その旨を公表するものとする。

（危害に関する安全立証要求 § 10③、立入調査等の要求 § 46②、
危険な商品又はサービスの排除の勧告 § 12、不適正事業行為の
是正勧告 § 23、指導及び勧告 § 48、公表 規 § 38

2 知事は、事業者又は密接関係者が第46条の2第2項の規定による要求に従わないときは、その旨を公表するものとする。

(趣 旨)

本条は、事業者が本条例に基づく要求又は勧告に従わない場合には、その旨を公表することを定めたものである。罰則によって要求又は勧告の実効性を確保するのではなく、公表という都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するものである。

従来は、「公表することができる」という規定であったが、平成18年の改正において、「公表するものとする」に改め、要求又は勧告に従わない場合の効果裁量の余地を排除し、公表することを明確にした。

また、平成27年の改正で第2項を新設し、事業者又は密接関係者が不適正な取引行為に関する第46条の2第2項の規定による書面の要求に従わない場合は、公表を行うこととした。

平成27年の改正前は、不適正な取引行為に関する立入調査等は、第46条第1項の規定に基づき行われており、当該調査等への拒否があった場合は、同条第2項の規定に基づく書面による要求を経て、この要求にも事業者が応じない場合に、第50条に基づく「公表」を実施するという仕組みとされていた。不適正な取引行為を行う事業者の中には、この規定を逆手にとり、第46条第1項の規定に基づく立入調査等への対応をはぐらかすなどして、引き延ばしを図る者が現れていた。

条例は、都民の積極的な参加や協力を前提として作られており、罰則によらずに、公表への反応としてなされる都民の行動によって、悪質な事業行為などを防止することを想定している。そのために、都には、立入調査拒否の事実を含め、調査経過等を都民に情報提供し、不適正な取引行為による被害の発生及び拡大を防止することが求められている。2回目の要求拒否があるまで調査拒否の事実を公表できない仕組みの下では、都民への迅速かつ適切な情報提供という所期の目的を十分に果たすことはできないため、平成27年の改正で、事業者又は密接関係者が、不適正な取引行為に関する第46条の2第2項の書面による1回目の要求を拒否した場合には、公表を行う旨を規定した。

なお、本条第2項については不適正な取引行為に関する立入調査等の要求拒否にのみ適用され、表

示や価格等に係る立入調査等の要求拒否に関しては、本条第 1 項が適用される。

(語句の説明)

1 引用条文の内容

- (1) 第10条……危害に関する調査
- (2) 第12条……危険な商品又はサービスの排除
- (3) 第23条……不適正事業行為の是正勧告
- (4) 第46条、第46条の 2……立入調査等
- (5) 第48条……指導及び勧告

2 密接関係者

第46条の 2 第 1 項の各号に定める者を指す。

平成 27 年の改正で、不適正な取引行為に関する立入調査等の規定として第 46 条の 2 を新設し、事業者に加え密接関係者についても立入調査等を実施できるようにした。これに伴い、事業者及び密接関係者が、第 46 条の 2 の立入調査等に応じない場合には、本条に基づき、その旨を公表することとなる。

(禁止命令)

第51条 知事は、消費者被害の拡大防止のため特に必要があるものとして別表に定める取引について、次の各号のいずれかに該当するときは、その事業者に対し、1 年以内の期間を限り、契約の締結について勧誘すること又は契約を締結することを禁止することを命ずることができる。

- 一 前条の規定による公表をされた後において、なお、正当な理由がなくてその勧告に係る措置をとらず、第 25 条の 2 の重大不適正取引行為をしたとき。
- 二 第 25 条の 2 の重大不適正取引行為をした場合において、消費者の利益が著しく害されるおそれがあり、当該被害を防止するため緊急の必要があると認めるとき。

2 前項の規定による命令は、第 25 条の 2 の重大不適正取引行為について、消費者被害の拡大防止を図るために実施し得る法律の規定による指示、命令、登録の取消しその他の措置がある場合には、行わないものとする。

3 知事は、第 25 条の 2 第 1 号の重要な事項として規則で定めるもののうち規則で定めるものにつき不実のことを告げる行為をしたか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、期間を定めて、当該告げた事項の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、前項の規定の適用については、当該事業者は、同号に掲げる事項につき不実のことを告げる行為をしたものとみなす。

4 知事は、第 1 項の規定による命令をしたときは、その旨を公表するものとする。

(趣 旨)

本条は、平成 18 年の改正で新設した。特に深刻な消費者被害を引き起こす悪質な不適正取引行為を行う事業者に対し、更なる消費者被害拡大防止のために、1 年以内の期間を限り、契約締結の勧誘又は契約の締結を条例で禁ずるものである。その場合、例えば特定商取引法の業務停止命令のように他

の法律で同様の行政処分が規定されているものは、当然法律の規定が優先されることとなる。

＜第1項＞

禁止命令の行使は、事業者の行為を強く規制し、その経営に与える影響も甚大なため、適用となる要件を条例上厳格に定める必要がある。本条第1項でその要件を定め、条例別表に定める商品・サービスに関する取引に限定した上で、禁止命令の発動に関しては緊急性の有無により第1号と第2号に分けて定めた。

第1号は、第48条に基づく勧告に従わないことから、第50条に基づく公表をしたにもかかわらず、第25条の2に定める重大不適正取引行為を行った場合である。

第2号は、第25条の2に定める重大不適正行為をした場合において、消費者の利益が著しく害されるおそれがあるため、被害防止のための緊急の必要がある場合である。この場合は、前号に定める勧告、公表といった段階を経ずに禁止命令を出すことができる。

＜第2項＞

本項は、平成27年の改正で新設した。

従来、本条では、第1項に「法律に定めがある場合を除き」との文言を置き、法律に行政処分規定があるものについては、禁止命令の対象としないことを規定していた。同一の違反事実について法律による行政処分と条例による禁止命令が二重に事業者に課せられるものではないことは当然である。平成27年改正では、「法律に定めがある場合を除き」をより明確化するため、本項を新設して、第25条の2に定める重大不適正取引行為について、消費者被害の拡大防止を図るため国等の執行機関が行政処分を行うことが法律の規定に定められている場合には、禁止命令を行わない旨を明らかにした。

「法律」は、例えば、特定商取引法、景品表示法、宅地建物取引業法、廃棄物処理法、旅行業法等である。

法律に指示、命令、登録の取消しその他の措置の規定があれば足り、実際に法執行担当部署が指示や命令等を行うか行わないか（作為・不作為）は問わない。

＜第3項＞

禁止命令発動の要件となる、規則第12条の2第1項第1号に掲げる事項について条例第25条の2第1号に定める「不実のことを告げる」行為がなされたか否かを判断するために必要があると認めるときは、期間を定めて、当該事業者はその行為の裏づけとなる合理的根拠の提出を求め、この期間内に資料の提出がない場合は、「不実のことを告げる」行為があったとみなすことができる規定である。事業者が商品・サービスの効果・効能を強調することにより都民を勧誘するのであれば、その効果・効能を示す合理的な根拠を有するのは事業者として当然の責務であると考えからである。同様の規定は、景品表示法、特定商取引法にも設けられており、事業者の行政処分に効果をあげている。

＜第4項＞

禁止命令が出された場合に、その旨を公表することとした。事実行為としての公表を行うことにより、広く都民に事業者の行っている不適正な取引行為の実態を知らせ、被害の拡大防止を図るとともに、事業者が勧誘及び契約を行っていないか都民が監視する効果も期待されるからである。具体的には、報道機関等への情報提供、東京都ホームページへの掲載等が行われることとなる。

（語句の説明）

1 正当な理由

天変地異等により、事業者がその従業員に勧告にかかる措置をとることを徹底することが困難な

状況等がある場合などが考えられる。経済的負担や人的負担等があることを理由にして事業者が勧告に係る措置を実施しない場合は想定されていない。

2 消費者の利益が著しく害されるおそれがあり

消費者の利益を保護するために事業者が必要な措置をとることを期待できず、禁止命令を発動しなければ実態が改善されないと判断される場合をいい、被害の広がり具合と内容の悪質性で判断することになる。具体的には、被害の広がり具合は相談件数の多寡や件数増加の様子で、内容の悪質性は、個々の被害の金額の多寡や手口の悪質性などにより判断することになる。

3 当該被害を防止するため緊急の必要があると認めるとき

消費者被害が急激に拡大しており、拡大防止のためには緊急に禁止命令を発動する以外に有効な手段がない場合。

4 期間を定めて

令和5年4月21日付消費者庁通達「特定商取引に関する法律等の施行について」による「特定商取引に関する法律第6条の2等の運用指針」を準用し、資料の提出を求められた日から原則として15日間とする。

5 合理的な根拠を示す資料

上記「運用指針」を準用する。そこでは、合理的根拠を示すと認められるためには、次の要件を満たす必要があるとしている。

① 提出資料が客観的に実証された内容のものであること

i 試験・調査によって得られた結果

- ・ 学術界、産業界において一般に認められた方法又は関連分野の専門家多数が認める方法による
- ・ 上記の方法が存在しない場合には、社会通念上及び経験則上妥当と認められる方法による

ii 専門家、専門家団体若しくは専門機関の見解又は学術文献

- ・ 当該商品・役務又は勧誘に際して告げられた、若しくは広告において表示された性能、効果、利益等に関連する分野を専門として実務、研究、調査等を行う専門家、専門家団体若しくは専門機関による見解又は学術文献であって当該専門分野において一般的に認められているもの
- ・ 特定の専門家等による特異な見解、新しい分野であって専門家等が存在しない場合等は、その専門家等の見解は客観的に実証されたとは認められない。
- ・ 古来の言い伝え等長期にわたる多数の人々の経験則によって、性能、効果等の存在が一般的に言われているものがあるが、専門家の見解又は学術文献によってその存在が確認されている必要がある。

② 勧誘に際して告げられた、又は広告において表示された性能、効果、利益等と提出資料によって実証された内容が適切に対応していること

提出資料自体は客観的に実証された内容のものであっても、告げられた内容等が提出資料により実証された内容と適切に対応していなければ、当該資料は合理的な根拠を示すとは認められない。

(関係法令の条文)

○「特定商取引法」

合理的な根拠を示す資料の提出：第6条の2、第12条の2、第21条の2、第34条の2、第36

条の2、第43条の2、第44条の2、第52条の2、第54条の2

○「景品表示法」

合理的な根拠を示す資料の提出： 第7条第2項（不当な表示の禁止）

第11章 雑 則

（適用除外）

第52条 第2章の規定は、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律（昭和35年法律第145号）第2条第1項に規定する医薬品については、適用しない。

2 第2章から第5章までの規定は、次に掲げるものについては、適用しない。

- 一 医師、歯科医師その他これらに準ずる者により行われる診療行為及びこれに準ずる行為
- 二 商品、サービス及び生活関連商品等の価格で、法令に基づいて規制されているもの

3 第6章の規定は、前項第1号に掲げる行為については、適用しない。

（趣 旨）

医薬品や医師等による診療行為等については、高度専門的な科学分野に属していることから、また、公共料金等の価格については、国会、議会で議決され、又はその執行として行われたものであることから、本条例の一部を適用しない旨を定めたものである。

平成26年の改正では、薬事法の一部改正により、法律名が「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」に改正されることに伴い、必要な規定の整備を行った。

（語句の説明）

1 医 薬 品

本条における医薬品は、医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律第2条第1項に規定する医薬品であり、同法において別に定められる医薬部外品、化粧品、医療機器等は適用除外とならない。

2 その他これらに準ずる者

「歯科衛生士法」にいう歯科衛生士、「保健師助産師看護師法」にいう保健師、助産師又は看護師、「あん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師等に関する法律」にいうあん摩マッサージ指圧師、はり師、きゅう師、「柔道整復師法」にいう柔道整復師、「理学療法士及び作業療法士法」にいう理学療法士及び作業療法士、「視能訓練士法」にいう視能訓練士等をいう。

3 準ずる行為

看護、予防、助産、整形等の行為。医師の指示・処方による投薬も治療行為の一環であるので、これも適用除外となる。カイロプラクティック（脊椎療法又は脊椎手技療法）は、医薬類似行為とみなされるので、これも適用除外となる。

4 法令に基づいて規制されているもの

- (1) 法令に直接、価格（料金、使用料等）が定められているもの
東京都給水条例第23条から第23条の5に規定する水道料金等

- (2) 法令に基づいて価格が定められるもの

法令に価格決定に関する根拠規定があり、それに基づいて、決定・認可等の行政行為が行われ、価格が決まるもの

<例>

〔種 別〕	〔決定権者〕	〔根拠法令〕
郵便料金	総 務 大 臣 認 可	郵便法第67条
電力電灯料金	経済産業大臣認可	電気事業法第18条
ガス料金	経済産業大臣認可	ガス事業法第48条
鉄道運賃及び料金	国土交通大臣認可	鉄道事業法第16条
たばこの小売価格	財 務 大 臣 認 可	たばこ事業法第33条
社会保険診療報酬	厚生労働大臣算定	健康保険法第76条

5 第 6 章

第6章は情報提供についての規定であるが、診療行為等については専門性を必要とし、医療分野において専門的・一元的に対応すべきものであり、情報収集・提供及び試験・研究の対象としないこととしたものである。ただし、診療制度等については対象になると解せられる。

(委 任)

第53条 この条例に規定するもののほか、この条例の施行について必要な事項は、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。

(語句の説明)

1 規 則

施行規則としては、東京都消費生活条例施行規則（平成6年東京都規則第225号）がある。
本条例の規定中で、細目について規則で定めることとしているのは、以下のとおりである。

- (1) 適正包装の一般的基準（第19条第1項）
- (2) 不適正な取引行為（第25条第1項）
- (3) 重大不適正取引行為に関する契約における重要事項（第25条の2）
- (4) 消費者訴訟の援助関係
 - ① 貸付けの範囲及び額（第32条）
 - ② 貸付けの申込み（第33条）
 - ③ 貸付金の償還期限（第35条）
 - ④ 貸付金の償還（第36条）
- (5) 合理的な根拠を示す資料の提出の対象（第51条第2項）

第12章 罰 則

（過料）

第54条 第51条第1項の規定による知事の命令に違反した者は、5万円以下の過料に処する。

（趣 旨）

第 51 条第 1 項に定める禁止命令に違反し、命令に定める期間において契約の締結について勧誘し又は契約を締結した場合は、5万円以下の過料に処することを定めたものである。

平成 18 年改正前は、行政指導としての「勧告」と、勧告に反した場合の「公表」以上の規定はなく、悪質な不適正取引行為を繰り返す事業者に対する効果には限界があった。平成 18 年の改正で、禁止命令という強い行政処分を導入すると同時に、本条によりその実効性の確保を図るものである。

（語句の説明）

1 引用条文の内容

第51条……禁止命令

（過料）

第55条 第51条第1項の規定の施行に必要な第46条の2第2項の規定による立入調査若しくは質問を拒み、妨げ、又は忌避した者は、3万円以下の過料に処する。

（趣 旨）

第 51 条の禁止命令発動のためには、事業者の行為が第 51 条第 1 項の要件に該当することを行政が厳密に認定する必要がある。そのために、禁止命令発動の判断に際しては、第 46 条の 2 に基づく調査を行えるようになっている。しかし、禁止命令による経営への影響は甚大であり、事業者はその回避のために、発動要件の認定に不可欠な調査そのものを拒否することも想定される。本条は、こうした事態に対処し、調査そのものの実施を担保し、もって第 51 条の実効性確保を図るものである。

なお、平成 27 年の改正により、不適正な取引行為に関する立入調査等の規定として第 46 条の 2 を新設し、事業者に加え密接関係者についても立入調査等を実施できるようにした。これに伴い、密接関係者が、第 51 条の禁止命令の施行に必要な第 46 条の 2 の立入調査等に応じない場合には、本条に基づき、過料に処すこととなった。密接関係者への立入調査等は、事業者に対する立入調査等と同様に、禁止命令の発動のために必要であり、本条により調査の実施を担保するものである。

（語句の説明）

1 引用条文の内容

(1) 第 46 条の 2 ……立入調査等

(2) 第 51 条……禁止命令

附 則

附 則

(施行期日)

1 この条例は、平成7年1月1日から施行する。

(東京都消費生活対策審議会条例等の廃止)

2 次に掲げる条例は、廃止する。

- 一 東京都消費生活対策審議会条例（昭和36年東京都条例第86号）
- 二 東京都消費者被害救済委員会条例（昭和50年東京都条例第103号）
- 三 東京都消費者訴訟資金貸付条例（昭和50年東京都条例第104号）

(経過措置)

- 3 この条例による改正前の東京都生活物資等の危害の防止、表示等の事業行為の適正化及び消費者被害救済に関する条例（以下「旧条例」という。）第29条の規定による東京都消費者被害救済委員会及び前項の規定による廃止前の東京都消費生活対策審議会条例第1条の規定による東京都消費生活対策審議会は、それぞれこの条例の規定による東京都消費者被害救済委員会及び東京都消費生活対策審議会となり、同一性をもって存続するものとする。
- 4 この条例の施行の際、現に旧条例第7条第1項の規定によりされている申出は、第8条第1項に規定する申出とみなす。
- 5 前項に規定する場合のほか、この条例の施行前に旧条例又は附則第2項の規定による廃止前の東京都消費生活対策審議会条例、東京都消費者被害救済委員会条例若しくは東京都消費者訴訟資金貸付条例の規定によってした処分、手続その他の行為は、この条例中にこれに相当する規定があるときは、この条例の規定によってした処分、手続その他の行為とみなす。

附 則

この条例は、平成14年7月1日から施行する。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、平成19年7月1日から施行する。

(経過措置)

- 2 この条例による改正後の東京都消費生活条例第25条第2項、第25条の2、第46条、第50条及び第51条の規定は、この条例の施行後にした行為について適用し、この条例の施行前にした行為については、なお従前の例による。
- 3 この条例の施行前にした行為に対する罰則の適用については、なお従前の例による。

附 則

(施行期日)

この条例は、平成24年4月1日から施行する。

附 則

(施行期日)

この条例は、平成26年11月25日から施行する。

附 則

(施行期日)

- 1 この条例は、平成27年7月1日から施行する。ただし、第41条の改正規定及び同条の次に次の三条を加える改正規定は、同年4月1日から施行する。

(経過措置)

- 2 この条例による改正後の東京都消費生活条例第25条第2項、第25条の2、第46条の2、第48条、第50条及び第51条の規定は、この条例の施行後にした行為について適用し、この条例の施行前にした行為については、なお従前の例による。
- 3 この条例の施行前にした行為に対する罰則の適用については、なお従前の例による。

別 表（第51条関係）

- 一 消費者の住居においてサービス提供契約の申込みをし、又はサービス提供契約を締結することを請求した消費者に対して事業者が当該消費者の住居を訪問して行う取引であって、次に掲げるサービスに関して契約締結前にサービスの提供を行うことにより、消費者が契約締結を断ることが困難な状況を作り出す取引
 - (一) 衛生設備用品の修繕又は改良
 - (二) 物品の回収
- 二 雑誌、テレビ等に出演するために必要な技芸又は知識の教授に関する 2 月以上の継続的な役務提供に係る取引
- 三 契約を締結することを目的に、事業者の事務所、事業所その他その事業を行う場所を消費者が訪問して、サービス提供契約の申込みをし、又はサービス提供契約を締結する場合における次に掲げるサービスの取引
 - (一) 雑誌、テレビ等に出演する機会若しくは当該情報の提供又は出演する機会を得るための広告宣伝若しくは交渉の代行（特定商取引に関する法律(昭和 51 年法律第 57 号)第 51 条第 1 項に規定する業務提供誘引販売による取引を除く。）
 - (二) 精神の修養又は就職、起業等のための啓発若しくは知識の伝授
 - (三) 外国への留学若しくは外国における研修、就業等のあっせん又はその手続の代行
- 四 非宅地の土地に係る取引

（趣 旨）

別表は、第 51 条の禁止命令の対象となる取引行為を定めたものである。禁止命令の規定は事業者の経営に重大な影響を及ぼすため、その対象となるべきものを限定列举した。その選定に当たっては、現に都民からの苦情が比較的多く、なおかつ特定商取引法その他の法令等では禁止命令に相当する処分ができないものに限定した。

第 3 号及び第 4 号は、平成 27 年の改正により追加した。都内の消費生活相談窓口に寄せられた相談の対象取引のうち、事業者が不実告知等の重大不適正取引行為（第 25 条の 2）を行っている疑いがある取引から、次の考え方により選定したものである。

- i 特定商取引法及び消費者取引に係る業法の対象外のすき間事案の取引であること。
- ii 東京特有の事情から、消費者被害が東京に集中的に発生している取引であること。

なお、平成 18 年の改正で規定した

- ① 訪問販売及び電話勧誘販売による土地の広告に係る取引
- ② 訪問販売による調味料に係る取引

については、平成 20 年 6 月の特定商取引法改正により同法の対象となったため、平成 27 年の改正で削除した。

＜第 1 号＞

いわゆる招請訪販による取引である。しかも事業者が契約締結前にサービスの提供を行うことにより、消費者が契約締結を断ることが困難な状況を作り出す取引に限定している。

また、その中でも「衛生設備用品の修繕又は改良」及び「物品の回収」に限っている。

平成 18 年当時、事業者が格安料金をうたった広告チラシ等を配布し、それを見て信じた消費者が、トイレ等の水回りの修理、不用品回収等を行う事業者を自宅に呼んだ場合で、事業者が消費者に費用を明確に示さないまま修理や回収を先行させ、後から高額な代金を請求するという被害が多発した。この被害に対応するため、条例による禁止命令の対象取引に指定したものである。

ただし、「特定商取引に関する法律の解説（令和 5 年 6 月 1 日時点版）」は、第 26 条第 6 項の解説において、「見積りのみを目的として訪問を依頼した販売業者等とその場で修理等の契約を締結した場合」や「販売業者等が広告等で安価な価格のみを表示しており、これに基づいて消費者が訪問を依頼したところ、広告等での表示額と実際の請求額に相当の開きがあった場合、訪問を依頼した段階においては、消費者は広告等で表示されていた安価な価格で契約を締結する程度の意思しか有しておらず、実際の請求額ほど高額な価格での契約を締結する意思を有していなかったといえ、実際に請求された金額で契約の申込み又は締結を行いたい旨の明確な意思を表示したといえないような場合」には、招請訪販には該当せず、特定商取引法の適用除外に当たらないと考えられると記載している。したがって、このような場合には特定商取引法が適用されることとなるため、条例による禁止命令の対象取引はかなり限定的なものとなる。

なお、平成 27 年改正以前は、「消費者の住居においてサービス提供契約の申込みをし、又はサービス提供契約を締結することを請求した者に対して行う特定商取引に関する法律第 2 条第 1 項に規定する訪問販売であって」と規定していたが、特定商取引法対象外の招請訪販による取引であることが明確になるよう、文言の修正を行った。

＜第 2 号＞

いわゆるタレント・モデル養成講座である。消費者がタレントやモデルになりたいくて、オーディション雑誌やフリーペーパーなどを見て自ら事業者を訪れた際に、事業者から「オーディションに受かったので事務所に専属の登録をしてくれ。登録に際しては、タレント・モデル養成講座を受ける必要がある。」と言われて高額な講座契約をさせられる場合等を想定している。こうした講座契約の勧誘において、受講すれば必ず有名になれるなどと嘘を告げられたり、事前に料金や講座内容等の重要事項について説明が全くない場合などは、重大不適正取引行為に該当する。

なお、キャッチセールスやアポイントメントセールスによる契約や、「モデルの仕事で副収入が得られる」と利益が得られることをもって誘い、契約代金の負担を伴う契約をさせる「業務提供誘引販売取引」の場合は、特定商取引法の規制対象となるので、第 51 条第 2 項の規定に基づき、禁止命令対象ではないこととなる。

＜第 3 号＞

消費者が契約締結を目的に、事業者の事務所、事業所その他その事業を行う場所を自ら訪問して、サービス提供契約の申込みや契約締結をする場合の、サービスの取引である。消費者が自分から事業者のもとに向いて契約しているので、訪問販売等を規制する特定商取引法の対象とならない。

（一）は、いわゆるタレント・モデル事務所の所属契約やタレント・モデルとしての売込みのための広告宣伝契約などである。

具体的には、以下のような不実告知等の不適正取引行為が行われる事例が該当する。

- ・「広告を見て、芸能プロダクションに出向いた。プロダクションと所属契約をかわせば、全力で売り込むので絶対に有名タレントになれると言われ、高額なお金を払って契約したが、実際には売り込み活動をしてくれない。」
- ・「モデル事務所に、宣伝のためのプロフィール資料を作成する費用を支払えば、必ずモデルの仕事

を紹介するので有名になれると言われ、支払った。ところが、契約後、全く仕事は紹介されない。返金を求めたところ、プロフィール資料は作成済みなので返金できないと言われた。」

下線部分が「不実告知」の疑いのある行為である。

なお、第 2 号で、タレント・モデル養成講座を規定しているので、本号ではそれに該当しないものを対象にすることになる。

また、自ら事業者のもとに出向いて契約している場合であっても、「事務所登録料 10 万円がかかるが、事務所登録契約を行えば、モデルの仕事を紹介するので、10 万円ぐらいはすぐに稼げる。」などと、利益が得られることをもって事業者が勧誘する場合は、特定商取引法第 51 条第 1 項に規定する業務提供誘引販売に該当するので、条例に基づく禁止命令の対象からは除外される。

（二）は、いわゆる就活講座、自己啓発セミナー等である。

具体的には、以下のような不適正取引行為が行われる事例が該当する。

- ・「知人に、確実に利益を出す手法を教える講座があると勧誘され、事業者のもとへ出向いたところ、受講すればすぐに元が取れるから借金をして講座を契約しろと強要され、消費者金融からお金を借りて契約した。講座受講後に、必ず儲かるというものではないことが分かった。」
- ・「就活講座の説明会に出向いてみると、しつこい勧誘が続き、当社の就活講座を契約しないと一生成功できないと長時間脅され、仕方なく契約した。」

下線部分が「不実告知」や「威迫困惑」に該当すると思われる行為である。

講座やセミナーと称されるサービス取引ではあるが、第 2 号のように講座の期間を指定しているものではないため、1 回限りの「知識等の伝授」であっても対象となる。

（三）は、いわゆる留学あっせんサービスである。留学だけではなく、研修、就業等に係るあっせん等も対象としているため、いわゆる海外インターンシップのあっせんサービス等も含まれる。

具体的には、以下のような不適正取引行為が行われる事例が該当する。

- ・「マンツーマン授業が実施され、居室もシャワー付きのきれいな個室であると説明されて、高額な留学あっせん契約をしたが、現地で、マンツーマン授業はなくグループ授業のみだと言われた。また、居室もシャワーのない汚い部屋だった。苦情を言うと、解約には高額な解約料がかかると言われた。」
- ・「免許取得のための日本人専用コースを開設していて、日本人スタッフが同伴するので、英語が話せなくても講習が受けられると言われ、高額な留学代金を支払った。現地に行ったところ、日本人スタッフはいないし、講習は英語なので英語力がなければ試験に合格するのは無理、今まで日本人合格者はいないということが分かった。解約を申し出たところ、一切返金しないと言われた。」

下線部分が「不実告知」の疑いのある行為である。

「留学若しくは外国における研修、就業等」と規定し、留学や就業に限定していないため、近年、ブームとなっている「海外ボランティア活動」のあっせん又はその手続の代行も含まれる。

<第 4 号>

いわゆる原野商法で消費者に販売される「非宅地」の取引である。

宅地建物取引業者が行う宅地の取引については宅地建物取引業法の規制対象となり、特定商取引法第 26 条第 1 項第 8 号ロの規定により、特定商取引法の適用が除外されるが、非宅地の土地の取引は、宅地建物取引業法の規制対象とならない。平成 27 年改正時点では、土地は商品でないため、訪問販売や電話勧誘販売で取引されていたとしても、特定商取引法の規制対象とならないという見解があり、法のすき間が生じていた。そこで、非宅地の土地の取引について、事業者による重大不適正取引行為が行われる場合には、条例の禁止命令の対象とすることを定めたものである。

特定商取引に関する法律の解説（令和5年6月1日時点版）」では、宅地建物取引業者が行う宅地の販売については、特定商取引法の規定の適用が除外される（法第26条第1項第8号ロ）が、①宅地建物取引業法に基づく免許を受けていない者が不動産の販売を訪問販売等で行った場合、②宅地建物取引業法に基づく免許を受けた宅地建物取引業者が宅地以外の不動産の販売を訪問販売等で行った場合は、特定商取引法の規定が適用されるとの解釈が示されている。このように、訪問販売等で行われる非宅地の土地の販売は特定商取引法で規制されることが明確に示された結果、条例による禁止命令の対象取引はかなり限定されることとなった。

第4号は、販売手法を特定していないため、消費者が広告を見て自分から事業者のもとを訪問し、原野を購入する場合に、事業者が勧誘の中で不実告知や威迫行為等の重大不適正取引行為を行っていれば、条例による禁止命令の対象となる。

具体的には、以下のような不適正取引行為が行われる事例が該当する。

- ・「宅地建物取引業者に、保有する原野を売りたいと相談したところ、高く買いたいという人がいると言われて、土地を売る契約をした。その際、その人の保有する山林と交換する形にした方がよいと事業者に勧められ、先にその山林の代金を支払ったが、その後、土地の売却代金を払ってもらえない。何度事業者に連絡しても担当者が不在で折り返し連絡させると言うだけで、話ができない。」
- ・「事業者から、数年後に価格が必ず倍以上になる見込みの土地があり、今がお買い得だと言われ、土地の購入契約をした。契約後になって、値上がりするはずのない原野だと分かった。」

下線部分が「不実告知」の疑いのある行為である。

なお、原野商法は、一般的には「いずれ原野が売れて儲かる」等と嘘を言って、消費者に対し、タダ同然の山林（土地）を法外な値段で販売する商法を言うが、他に「原野商法の二次被害」がある。数十年前に原野商法の被害にあった消費者に対して、「所有している原野を売ってあげる」等と言って、整地・測量・広告等のサービスを契約させる手口である。サービスの取引については、それが訪問販売等で行われていれば、原則として特定商取引法が適用されることになる。

（語句の説明）

1 衛生設備用品

日本標準商品分類に定める衛生設備用品に該当するもの。具体的には、浴槽、シャワー、洗面器、手洗器、便器、流し、洗浄そう、洗面化粧台等とこれらの取付具、部品及び付属品等

2 物品

特定のものに限定しない広い概念で、一般的には、有体物たる動産をいう。

3 非宅地

宅地については、宅地建物取引業法第2条第1号により、「建物の敷地に供せられる土地をいい、都市計画法（昭和43年法律第100号）第8条第1項第1号の用途地域内のその他の土地で、道路、公園、河川その他政令で定める公共の用に供する施設の用に供せられているもの以外のものを含むものとする。」と規定されている。具体的には、次のいずれかに該当するものを指す。

ア 現に建物が建っている土地

イ 将来建物を建てる目的で取引される土地（現況や登記簿上の地目は問わない）

ウ 用途地域内の土地（現に公園、広場、水路、河川、道路等公共の用に供せられている土地を除く。）

「非宅地」は宅地ではない土地である。地目が「山林」「原野」であっても、宅地と見なす場合があるため、禁止命令の対象となる「非宅地の土地の取引」に該当するかどうかは、個別に各事案を

別表（第 51 条関係）

検討する必要がある。