

3

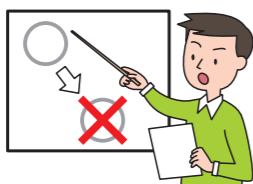
消費者教育をさらに推進していきます!

※消費者教育の推進に関する改正は平成27年4月1日施行

- 消費者被害の未然防止には、消費者が消費生活に必要な知識や判断力を身に付け、主体的に行動できるような消費者教育や啓発活動も必要な取組です。
- また、消費者教育は、行政のみが単独で実施するだけでなく、様々な場や状況に合わせて、消費者団体、事業者・事業者団体等の多様な主体と連携して行うことが効果的です。
- 今回の条例改正で消費者団体、事業者・事業者団体に対して、以下のような役割が求められるようになりました。一方、消費者に対しては、消費者教育の機会を積極的に活用することが期待されています。

消費者団体の役割

- ・自主的な消費者教育の取組
- ・様々な場で行われる消費者教育への協力



事業者・事業者団体の役割

- ・自主的な消費者教育の取組
- ・都、区市町村等が実施する消費者教育施策への協力
- ・消費者への消費生活に関する情報提供・啓発活動
- ・従業員に対する消費者教育の実施

消費者に期待されている役割：主体的に消費者教育に参画

● 困ったときは、お近くの消費生活センターにご相談ください。●

■ 東京都消費生活総合センター

消費生活相談 **03-3235-1155**

架空請求110番 **03-3235-2400**

高齢者被害110番 **03-3235-3366**

受付時間 月～土曜日 午前9時～午後5時 (日・祝日・年末年始はお休みです)

〒162-0823 東京都新宿区神楽河岸1-1 セントラルプラザ16階

★ お近くの区市町村の消費生活相談窓口もご利用ください。
(連絡先は下記のホームページ「東京暮らしWEB」に掲載されています。)

● この条例についてのお問合せは ●

東京都生活文化局消費生活部企画調整課

電話 **03-5388-3059**(直通)

※条例の解説や条文など、詳細についてはホームページをご覧ください。

東京暮らしWEB

検索

<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/hourei/jorei/>

都民の消費生活の安定と向上を図る

東京都消費生活条例

消費者被害の拡大防止に向け 悪質事業者の取締り強化のため改正しました

平成27年7月1日 施行



条例改正の背景

都内で寄せられる消費生活相談では、悪質化、巧妙化した手口による消費者被害が目立っています。特に、現行の法律では規制の対象とはならない、高齢者を狙ういわゆる原野商法や海外留学を希望する若者への不適正なあっせんサービスなどの被害が、東京に集中しています。

こうした被害の未然防止、拡大防止を図るため、東京都では「東京都消費生活条例」を改正し、不適正な取引行為を行う事業者に対する取締りを強化します。



石油系溶剤を含まないインキを使用しています。



条例改正のポイント



消費者被害の拡大防止に向け、悪質事業者の取締りを強化

1 不適正な取引行為を行う事業者を厳しく取り締まります!

「禁止命令※」の対象となる取引を新たに追加します。

※ 禁止命令

- 事業者が、消費者に対し、契約を締結する際、重要事項について事実と異なることを告げる、おどして不安にさせる等の「重大不適正取引行為」をしたとき、都が事業者に対し、一定期間の契約の勧誘・締結を禁止することを命じるものです。
- 対象となる取引は条例で定められています。
- 禁止命令を受けた事業者は、事業者名等が公表されます。

新たに禁止命令の対象となる取引と事例

モデル・タレントの芸能事務所契約



必ず有名にすると行って高額な登録料を支払わせるが、売り込み活動を行わない等

就活講座、自己啓発セミナー等



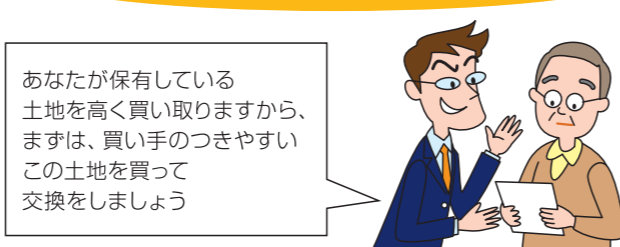
「受講しないと人生の成功者になれない」などおどして就活セミナー契約を締結させる等

海外留学等のあっせん



事前の説明と留学先の実情が著しく違う海外留学あっせん契約等

非宅地の取引(いわゆる原野商法※)



かつての原野商法の被害者に、所有している原野を買うとうそを言って近づき、別の原野を売りつける等
※原野商法
山奥の山林や原野など、ほとんど資産的価値のない土地をだまして売りつける商法

2 不適正な取引行為の実態解明のため、立入調査権限を強化します!

消費者と直接契約を交わした事業者だけでなく、取引に深く関係する事業者(密接関係者※)に対しても、都の立入調査を可能とします。

※ 密接関係者

- 不適正な取引を行う契約事業者と密接に関係し、消費者に契約を締結させるための役割等を果たす事業者を密接関係者と言います。
- 例えば、いわゆる「劇場型勧誘」において、契約事業者と裏でつながって消費者に契約を促す事業者は密接関係者になります。
- 密接関係者は、立入調査を拒んだ場合には、事業者名等が公表されます。

密接関係者の種類と事例

消費者に対し事業者が行う不適正な取引に深く関係した上で、次のいずれかに該当する者(事業者)が対象となります。

1 消費者の判断に影響を及ぼす重要な事項を告げる者、表示する者

「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」と持ちかけ、結局はあれこれ理由を付けて買い取らない勧誘事業者など

2 取引に誘引するため、取引を継続させるため、取引内容を拡大させるため、ほかの商品やサービスを消費者に供給する者

原野等の売買を行う事業者が「あなたの持っている山林を売るためには指定業者で測量する必要がある」と告げ、測量契約を結ばせる場合の測量業者など

3 契約の締結・解除、債務の履行に係る行為を行う者

在庫を持たない浄水器の販売事業者から委託などを受けて、消費者のもとに浄水器を届け、台所などに設置する事業者など

4 契約の締結・履行・解除に係る関係書類を保有する者

販売事業者の顧客対応業務を請け負って、販売事業者の顧客の契約書類を保有している事業者など(単に書類の保管を請け負っているような倉庫業者は対象外)

5 当該事業者に対し、条例で規定する不適正な取引行為の方法等を教示する者

販売事業者の営業研修講師を務めるなどして、販売事業者に、販売目的を隠したアプローチの方法や、効果効能に関して事実と異なることを告げて行う勧誘方法など、不適正な営業の仕方を教えている事業者など



密接関係者

契約事業者