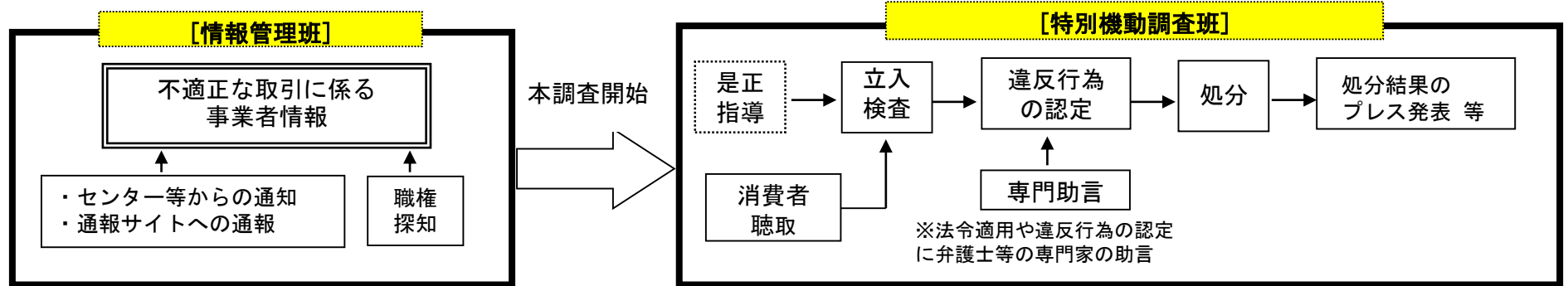


不適正な取引行為等の排除①(悪質事業者の指導・処分の強化)

1 現状

(1) 取引指導の業務

■ 取引指導事務のフロー



■ 情報管理班等による情報収集

- 都内消費生活センターや消費生活相談部署を持つ消費者団体等からの「不適正な取引行為に関する通知」などによる情報提供
- 「悪質事業者通報サイト」への都民からの通報 (令和2年度の悪質事業者に関する通報：824件)
- 職員自らPIO-NET等による自主探知

■ 特別機動調査班による対処

- 警視庁併任職員(1名)及びOB(5名)を含む「特別機動調査班(5班)」による立入検査、指導・処分
- 近隣県等と連携した合同指導・同時行政処分の実施
※五都県連携：東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、静岡県で合同指導、同時行政処分を実施 (令和2年度実績：合同指導19件)

(2) 指導・処分実績の推移

	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
業務停止命令	11	6	7	12	3
指示命令	0	3	7	12	3
業務禁止命令	-	-	6	13	4
勧告・公表	0	2	2	0	0
行政指導	98	100	88	89	119
事業者名等の情報提供	2	2	2	2	0

*業務禁止命令は平成29年12月から法施行のため、平成30年度以降の処分等で実施

2 社会環境の変化に伴って増加・問題化した不適正な取引行為

- インターネット通販における消費者被害の増加
 - (例) 代金を支払っても商品を送付しない、連絡が取れないなどの詐欺的通販サイト
 - お試しのみ（1回のみ）と思わせて複数回の商品購入をさせる詐欺的な定期購入商法
- インターネット広告を見て自宅に呼んだ事業者による不適正な取引行為
 - (例) トイレのつまりや鍵の修理など切迫した状況で予想外の作業を行い高額な請求
- 簡単に儲けられる方法を教えるという情報商材のインターネット販売による被害
 - (例) 広告と実際の内容が大きく異なる高額な情報や助言サービス
- 自然災害の増加につけ込む訪問販売での家屋修理による消費者被害
 - (例) 火災保険を利用すれば無料で屋根工事ができるなどと勧誘する訪問販売など

3 課題

- インターネット広告と実際の契約内容の乖離
- 事業者が広告内容を頻繁に変更したり、消費者が広告や申込画面等を保存していないため、不適正な取引行為を行っている事実の立証が困難
- 事業者が頻繁に社名変更するなど、実際の所在地・氏名等の把握が困難
- インターネット、デジタルコンテンツなどの調査手法等に関する職員の知識・経験の不足

4 これからの取組等

- インターネット、デジタルコンテンツなどに詳しい外部人材から助言を得る機会の確保
- 取引指導担当の体制強化
- 消費者庁や他県との調査手法等の情報共有（連携の強化）