

# 第1章 悪質事業者への対応強化

## 1 不適正な取引行為による被害の現状と都の取組 [本文P.5](#)

- (1) 不適正な取引行為に対する都の取組  
 都は、特定商取引法（特商法）及び都消費生活条例（条例）に基づき、不適正な取引行為を行う事業者への処分・指導を実施。平成19年には重大不適正取引行為に対する禁止命令を条例に新設
- (2) 依然として多い消費者被害  
 契約・解約に係る消費生活相談が全体の約7割を占め、不適正な取引行為による被害が依然多い
- (3) 東京の消費者被害の特徴  
 高齢者や若者の被害は、大都市東京の特性を反映
  - ① 一人暮らしの高齢者が多く、周囲の目が届きにくい
  - ② 大学等の集積や繁華街の広がりから若者が多数集まる
  - ③ テレビ局や雑誌社が集中し、モデルやタレント志望者が集まる
 } 悪質事業者のターゲット
- (4) 近年の法改正  
 特商法及び消費者安全法の事業者規制強化の法改正に伴い、条例との競合関係等の課題が発生

## 2 不適正な取引行為に対する基本的対応方針 [本文P.7](#)

- (1) 条例に基づく事業者処分等の権限の強化
  - 特商法の対象拡大や消費者安全法の命令権限等の移譲を国に要望しているが、実現は厳しい状況
  - 法で対応できない事例には積極的に条例による処分等を実施すべき。権限強化の方向で条例改正が必要
- (2) 条例改正に当たっての視点
  - ① 禁止命令について、近年の法改正を受けて、考え方及び対象取引を整理する必要
  - ② 消費者が売り主となる取引も、事業者の不適正取引行為の禁止を明確に位置づけるよう検討すべき
  - ③ 関係事業者に対する調査を実施できずに、不適正取引行為の実態解明に困難な状況が生じていることを踏まえ、関係事業者への調査権限規定について検討する必要
  - ④ 立入調査拒否に対する公表を巧妙に逃れようとする事業者が現れ、公表規定について検討する必要
  - ⑤ 美容医療事業者の不適正取引行為による消費者被害の増加を受け、医療に関する条例の適用除外の見直しについて検討する必要

## 3 条例改正を行うべき事項

検討事項	現状と課題	検討の方向性	具体的な整理
<b>禁止命令についての整理</b> <a href="#">本文P.8</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 条例は、事業者の不適正な取引行為に関して、法と条例が二重に行政処分を実施することがないよう、「法律に定めがある場合を除き、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」と規定している。</li> <li>• 平成24年の消費者安全法改正によって、財産被害に関する「すき間事案」に対して安全法に基づく消費者庁の勧告・命令が可能となったことにより、条例に禁止命令が設けられないのではないかという疑義が生じた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費者安全法による措置は、事業者が示す取引の内容・条件が実際とは著しく異なる取引に限られ、かつ被害の多数性、地域的な広がりも考慮して判断されるため、東京特有のすき間事案すべてに及ぶものではない。また、手続きに相当程度の時間を要するため、その間に都民の被害が拡大するおそれがある。したがって、条例に基づく禁止命令により対応していく必要がある。</li> <li>• これまでも「消費者の保護」は自治体の自治事務であり、安全法の趣旨目的等を踏まえれば、安全法は、自治体が地域の実情に応じて条例に禁止命令等の処分規定を設けることを妨げるものではないと解釈できる。</li> <li>• 条例の禁止命令は、消費者被害の拡大防止に極めて有効であり、引き続き維持する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 特商法及びその他の業法の対象外となるすき間事案の取引であって、学生が多い、マスメディアが集中している等の東京都域に特有の事情から、消費者被害が東京に集中的に発生している取引を、新たに別表に加えるべきである。</li> </ul> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>【特商法改正に伴い削除する取引】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>② 訪問販売による調味料に係る取引</li> </ul> </div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-top: 5px;"> <p>【追加すべき取引】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① モデル・タレント等の芸能活動を行うための企画、広告宣伝</li> <li>② 就職・起業・精神修養のための知識等の教授</li> <li>③ 外国での留学、研修、就業等に係るあっせん又はその手続き代行</li> <li>④ 非宅地の土地の取引</li> </ul> </div>
<b>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</b> <a href="#">本文P.15</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 中古市場の拡大とともに消費者が売り主となる取引が増加し、売り主としての消費者がトラブルに巻き込まれる事例が生じている。</li> <li>• 平成24年の特商法改正により、訪問購入によって取引される物品が法の規制対象となったが、消費者が自宅への来訪を要請した場合や店舗を訪問した場合においても、事業者の不適正な取引行為による被害が見受けられる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 持続可能な消費生活のため、商品の再活用を図ることは望ましい行動であり、消費者が売り主となる取引は、当然、消費生活に含まれるといえる。</li> <li>• 消費者が売り主となる場合に事業者による不適正な取引行為を防止する点を明確にするために、条文の文言を修正する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消費者が売り主となる場合に事業者の不適正な取引行為を防止する点を明確にするため、第2条の「消費者」の定義について見直し、「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」から「事業者が供給する」の文言を削除することが考えられる。ただし、定義の変更は、条例の目的を含めて全体に影響を及ぼすため、各条項の検証を経た上での調整が必要となる。</li> <li>• 不適正な取引行為を規定する第25条においては、「販売」ではなく「取引」という文言に変更する。</li> </ul>

検討事項	現状と課題	検討の方向性	具体的な整理
立入調査における関係者の整理 <a href="#">本文P.17</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>勧誘主体と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、契約当事者以外の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実態解明が困難な状況が生じている。</li> <li>現行条例では、関係事業者に対する調査の規定がない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不適正な取引行為に関する調査に必要な限度において、関係事業者に対する調査の規定を条例に設ける必要がある。</li> <li>不適正な取引行為に深く関わっている「密接関係者」と「その他の関係事業者」に区分し、前者には立入調査を実施できる規定を条例に設ける。密接関係者が立入調査を拒否した場合は、公表の対象とする。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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条例上に規定する</li> <li>立入調査を行う「密接関係者」については、以下のようなものが考えられる。</li> </ul> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>【密接関係者】</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 消費者と事業者の取引に関する事項であって、消費者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</li> <li>② 消費者と事業者が取引する商品・サービスに関連する商品・サービスを消費者に提供する者</li> <li>③ 消費者と事業者の取引に関し、契約締結業務や解約業務等取引業務の一部を分担する者</li> <li>④ 消費者と事業者の取引に関する書類を保管する者</li> <li>⑤ 事業者に対して、消費者との取引に関する勧誘方法を教授する者</li> </ol> </div>
立入調査拒否における公表要件の整理 <a href="#">本文P.19</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>現行条例では、事業者が2回にわたる立入調査要求を拒否した場合に公表することとなる。</li> <li>最近ではこの仕組みの悪用を図り、1回目要求時に調査を拒否し、2回目要求には応じて公表回避を図る事業者が出現し、被害の発生・拡大を防止するための都民への速やかな情報提供ができない事態が生じている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不適正な取引行為に係る立入調査については、1回目から書面により、事業者に立入調査を要求する手続きをとった上で、その要求を事業者が拒否した場合には、都民に拒否の事実を速やかに情報提供して、不適正な取引行為による被害の防止を図る必要がある。</li> <li>立入調査拒否という事実の公表は処分ではなく、弁明の機会付与は要しないという従来の考え方を変更する必要はない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不適正な取引行為に関する調査においては、1回の立入調査拒否で公表を行うよう条例を改正する。</li> </ul>
条例の適用除外についての整理 <a href="#">本文P.20</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>近年、美容医療の一般化に伴い消費者被害に係る相談が多数寄せられており、美容医療事業者の一部について、長時間にわたる強引な勧誘等の不適正な取引行為が疑われる事例が急増し、看過できない問題となっている。</li> <li>医療行為は高度に専門的な科学分野であること、患者の個別的条件に依存して代替性、反復性の極めて少ない行為であること等から、美容医療は条例の適用が除外されている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>美容医療を含む医療サービスによる危害や施術結果の不满に関しては、消費生活行政が取り扱うのは困難であるが、一部の美容医療事業者における不適正な取引行為と疑われるケースについては、消費者トラブルとして捉え、消費生活行政部署による調査・指導の対象と考える余地がある。</li> <li>ただし、その場合であっても、医療の特殊性や医師に与えられた広い裁量権等を勘案し、医療特有の事項と消費者との契約に関する部分を整理するなど消費生活行政部署が対象とできる範囲を慎重に考えていく必要がある。また、対象とする美容医療の範囲についても慎重に考えていく必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活行政部署と医療行政部署の間で、美容医療の対象範囲の検討、消費者被害等に係る情報の共有、事業者指導のあり方について調整を図っていく必要がある。</li> <li>各方面からの情報収集を図りつつ、美容医療に係る消費者トラブルについて消費生活行政部署がどのように対応していくか引き続き検討していくべきである。</li> </ul>

#### 4 不適正な取引行為による被害の防止に向けて [本文P.22](#)

- 条例に基づく調査、指導、処分権限の強化を図ることを中心に取りまとめ。特に、消費者安全法と条例との関係では、条例の事業者処分規定が許容されていることを論証各自自治体は、法で対応できない事案で地域の特有の消費者被害がある場合には、条例に基づく処分規定を積極的に活用して、消費者被害の防止を図っていくべき
- 禁止命令の対象となる条例別表の取引については、消費者被害の状況の変化に伴い、必要に応じて追加・削除すべき
- 事業者に対して条例等制度の十分な周知を行うとともに、より高いコンプライアンス意識を醸成するため、事業者団体と連携した取組が必要その際、小規模事業者や中小企業者の過度な負担とならないよう工夫すべき
- 不適正な取引行為による被害の防止のためには、事業者に対する規制だけではなく、消費者への情報提供及び消費者教育を行うことが重要都は、不適正な取引行為に関する情報提供等を積極的かつ効果的に実施して、消費者に注意を促すべき