

平成18年10月13日

東京都知事

石原慎太郎 殿

東京都消費生活対策審議会

会長 松本恒雄

東京都消費生活条例第45条の  
規定による諮問について（答申）

平成18年5月11日付け18生消生企第41号により、当審議会  
に対して諮問された事項について、下記のとおり答申いたします。

記

消費者被害防止のための事業者規制のあり方について

# 第 1 章 東京都消費生活条例改正の具体的内容

## 1 不当勧誘行為の規制強化

### (1) 消費者の自主性を害する不当勧誘行為

現行条例 25 条は、消費者被害が生じやすい不適正な取引行為として 7 つの類型を掲げ、このうち契約に至るまでの勧誘段階においては、不実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、威迫し困惑させて契約させる「威迫・困惑類型」の 2 類型を設けている。

しかし、昨今の高齢者被害の事例にみられるように、事業者の勧誘方法はますます巧妙化しており、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い。こうした状況に対応するためには、事業者が行う勧誘行為のできるだけ早い段階で、消費者が当該契約の勧誘を受けるか否かの意思を表明できる機会を確保し、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ことが重要である。

同時に、不正に入手、または利用目的を逸脱した個人情報を用いた勧誘、消費者の判断力不足に乗じた勧誘、さらには、そもそも消費者の知識・経験や経済状況からみてその商品やサービスの購入を勧めること自体が不相当であるような勧誘なども禁止する必要がある。

そこで、勧誘が開始される最初の段階において生じる「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、次に掲げるような内容を条例に新設することが適当である。

#### ① 適合性原則の導入

適合性原則とは、消費者の知識・経験・財産の状況等に適合した形で販売・勧誘を行わなければならないとする原則である。適合性原則違反に該当する行為には、「判断力の不足に乗じて契約の締結を勧誘し又は締結させる行為」（付け込み型）や、「消費者の知識、経験及び財産の状況等に照らして不相当と認められる契約の締結を勧誘し又は締結させる行為」（不適合契約型）がある。

### 【高齢者等の判断力の不足に乗じた契約の勧誘】

最近の消費者被害の特徴の 1 つは、消費者の判断力の不足に起因する被害が深刻化している点にある。特に高齢者は、加齢や病気に伴う判断力の低下や、ひとり暮らしが多く身近に相談できる人が少ないこと、新しい情報が手に入りにくいことなどにより、消費者被害に遭いやすく、又、被害も深刻なものになりやすい。

現行条例 25 条 1 項 2 号、規則 7 条 7 号では、「消費者の取引に関する知識若しくは判断力の不足に乗じて」行う勧誘については、「取引の内容、条件、仕組み等について必要な説明をしないまま、消費者に著しく不利益をもたらすおそれのある契約」という要件をつけて禁止している。このように、現行条例は既に「知識・判断力不足に乗じ」たいわゆる「付け込み型」の契約締結の勧誘又は契約の締結を禁止してはいるものの、「威迫・困惑類型」の中で位置づけているため、上記のような付加的な要件が課されており、違反事実の認定が困難な場合が多い。

そこで、付加的な要件を除外して「判断力不足に乗じて」勧誘すること自体を不適正な取引行為とし、「消費者の自主性を害する不当勧誘行為」の中に位置づけるべきである。

### 【消費者の取引に関する知識、経験及び財産の状況等に照らして不適當な契約の勧誘】

取引内容の複雑化に伴い、消費者にとっては、その契約が自分に適する契約か否かを適切に判断できないまま取引に入り、損害を被るリスクが高まっている。他方、事業者は販売する商品やサービスの内容等についての知識を有しており、その取引が当該消費者にとって適当なものであるかどうかを判断できる場合が多い。このように、消費者と事業者で契約に関する知識の質・量に著しい差がある現状では、リスク等の判断能力や経済的な負担能力が不十分な消費者に対し、契約の締結の勧誘等を禁止する規制を設ける必要がある。

法律のレベルでは、既に、商品取引所法 215 条や金融先物取引法 77 条において、顧客に「不適當な契約」の勧誘を行ってはならないという意味での適合性原則に関

する規定が置かれているところであり、条例においても同様の趣旨の規定を導入する必要性が高い。

なお、条例にこうした規制を新たに追加する場合には、既に現行条例にある「誤認類型」とも「威迫・困惑類型」とも性質を異にするので、消費者の自主性を害する不当勧誘行為の1つとして新たに規定することが適当である。

また、前述の「付け込み型」では「判断力不足に乗じて」という要件が必要であったのに対し、「不適合契約型」では客観的な「不適合性」が中心的な要件とされるという違いがあり、このような規定を設けることにより、さまざまな事案に対応した適用が可能となる。

## ② 消費者の望まない勧誘の禁止

消費者被害が最も起きやすいのは、訪問や電話などを通じて事業者が不意打ち的に接触を開始し、一方的に勧誘を行う場合である。消費者は、平穏な生活を乱されるとともに、心の準備がない状態で勧誘を開始され、話の内容を冷静に判断する余裕もないままに、事業者のペースで一方的に話が進められ、気がついたら契約を断れない状況に陥りがちである。

こうした被害を防止するため、特定商取引法は、電話勧誘販売と広告メールの送信に関して、断った者への電話勧誘禁止（17条）や広告メールの再送信禁止（12条の3）を定めている（いわゆるオプトアウト規制）ほか、同法の平成16年改正では、販売目的を隠して勧誘を開始することを禁止した（3条）。さらに、金融先物取引法は一步進んで、リスクの高い特殊な取引について勧誘の要請のない消費者に対する訪問や電話による勧誘の禁止（76条4号）を導入している（いわゆるオプトイン規制）。他方、商品取引所法は、拒絶の意思表示をした者への勧誘の禁止（214条5号、いわゆるオプトアウト規制）とともに、勧誘を受諾するか否かの確認義務（214条7号）を加えている。このように、最近の消費者関連法では、具体的勧誘行為の規制の前段階において消費者の望まない勧誘を制限する方向で規制が広げられている。

現行条例は 25 条 1 項 1 号の販売目的を隠した勧誘の禁止とともに、同 2 号で勧誘が開始される段階での規制として、「電気通信手段を介して」「一方的に広告宣伝等を反復することに」による勧誘を禁止している。集合住宅の多いことや移動の利便性という東京の特性を考慮した場合、自宅や職場を訪問しての勧誘も反復して行うことが容易であり、電話、ファクシミリ、メール等の電気通信手段を介した勧誘と同様に規制されるべきである。また、消費者の平穏な生活を乱されないという観点からも、勧誘を拒絶する意思表示をした者に対する勧誘を禁止する必要がある。

さらに、高齢者等においては、事業者が勧誘を開始することに対し勧誘を拒否する意思表示することが困難な場合が多く、一旦、事業者の勧誘が始まってしまうと勧誘された契約の締結を拒否することは一層困難となる。このような実情に鑑みれば、勧誘の開始に際し、事業者が消費者に対し拒絶の意思表示する機会を明示的に与えなければならないものとすることにより、消費者が望まない勧誘を受けることを禁止する必要がある。

言うまでもなく、これらはいくまでも消費者が勧誘を望まない場合について勧誘を規制する趣旨であり、通常の営業活動としての訪問勧誘、電話勧誘等を禁止するものではない。

### ③ 個人情報に関する不適正な取り扱いの禁止

国民生活センターの発表によると、全国の個人情報相談窓口に寄せられた平成 17 年度の個人情報に関する相談は 14,154 件であり、都内の消費生活センター等で受け付けたプライバシーに関する消費生活相談件数も、年々増加している。相談の内容をみても、突然、身に覚えのない請求を受ける架空・不当請求に絡む相談のほか、「以前に結んだ、高額で不本意な契約を取消してあげる。」と言って新たな高額契約を迫るなど、過去に被害に遭った消費者に対してその時の個人情報を利用して再度勧誘することによる二次被害の相談が多い。

過去の取引内容や個人情報を事業者が知っている場合、消費者は、以前の契約に関連して契約する必要があると誤認しやすいうえに、個人情報を知られていること

自体で心理的に弱い立場に置かれ、大きな不安を感じることから強く拒否することが困難となる。

昨年、社会的な問題となった高齢者の住宅リフォーム被害においても、被害に遭った消費者の名簿（いわゆる「カモリスト」）が事業者間でやり取りされ、1人の消費者に対して複数の事業者が次々と契約を結ばせた実態が明らかになっている。

平成17年度から施行された個人情報保護法は、個人情報の不正な手段による取得、取得時に特定した利用目的の達成に必要な範囲を超えた利用を禁止しているが、5,001件以上の個人情報を取扱う事業者のみが義務の対象となっている。一方、東京都個人情報保護条例は、個人情報5,000件以下の事業者も対象としているが、個人情報の取扱い全般について適正を期すことを事業者の責務とするという内容である。

消費者取引の場面において、個人情報を不正に利用した勧誘を効果的に規制するためには、不正に取得した個人情報を利用したり、利用目的を超えて個人情報を不正利用することなどにより、事業者が「契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる」行為を、不適正な取引行為の対象とする必要がある。

## **（２）消費者に対する情報提供義務違反**

消費者が商品やサービスを手に入れる場合、その内容や性質、価格など必要な情報を確認して契約手続に入るのが取引の本来的なあり方である。

これに対し、事業者が消費者に対して誤認させるような情報提供を行ったり、本来提供すべき情報の提供を行わなかった場合、消費者は適正な判断ができず、不要な商品やサービスに関する契約を締結し、その結果として損害を受けることになる。

このような事態を未然に防ぐため、消費者取引に関する法令には、消費者と事業者間の知識や経験、保有する情報の質・量の格差を踏まえ、取引に必要な情報が消費者に確実に提供されるよう、所定の記載事項を含む書面の交付や広告記載事項の義務付けなど事業者に積極的な情報提供義務を課したものがあ

特定商取引法においても事業者の情報提供義務が規定されているが、訪問販売、連鎖販売取引、特定継続的役務提供及び業務提供誘引販売取引については、同法によって都知事に規制権限が付与されているものの、権限が付与されていない通信販売と電話勧誘販売については、同法に基づく情報提供義務違反を規制することができない。

現実には、インターネットを利用した通信販売において、架空・不当請求等のトラブルが多発するなど、都知事に規制権限のない取引においても看過できない被害が発生しており、こうした状況に対応するためには、法令で定める書面・広告等による情報提供義務違反の勧誘行為を、不適正な取引行為の新たな類型として規定する必要がある。

#### ① 法定書面の記載不備、虚偽記載、不交付に対する規制

商品等の販売に際して、個別業法に定められた法定書面の記載不備や虚偽記載や不交付に伴うトラブルが見受けられる。

法定記載事項を満たした書面の作成や交付義務とは、契約の内容や条件等の重要事項を所定の書面に記載した上で情報提供すべきことを義務付けるものであり、事業者に対して積極的な情報提供義務を定めたものである。

したがって、法令で書面交付義務が定められているのにこれを交付しない場合、又は記載が不備・虚偽である場合は、情報提供に関する不適正な取引行為としてとらえることができる。

このような行為の規制については、訪問販売や連鎖販売取引のように都知事に規制権限が付与されていれば、その法令を活用して規制することができるが、規制権限が都知事に付与されていない場合は違反行為を直接規制することができない。

そこで、こうした行為を的確に規制するためには、他の法令で書面交付等の方法で情報提供義務が規定されている場合に、条例で法定書面交付義務の不履行による勧誘を不適正な取引行為として規定する必要がある。

## ② 広告表示事項の記載不備等による誘引の規制

通信販売、特に、インターネット取引において、商品等の価格、代金の支払方法等基本的な事項を掲載していない広告記載事項の不備が多く見受けられる。

広告表示に関する義務のうち、誇大広告による勧誘については、誤信を招く情報の提供として現行条例で規制対象としているが、例えば、特定商取引法 11 条に定める広告記載事項に関する義務違反については、通信販売に関する規制権限が都知事に付与されていないため都知事が同法に基づく規制をすることができない。

そこで、広告記載義務の不履行を規制するためには、他の法令に広告記載事項の積極的記載義務等の方法で情報提供義務が規定されている場合に、広告記載義務の不履行を条例上の不適正な取引行為として規定することが必要である。

## ③ 通信手段を用いた誤認惹起勧誘行為の規制

インターネットを利用した通信販売の飛躍的な増加により、画面設定の中で消費者を誤認させて契約させるトラブルが多発している。例えば、あるクリックボタンが契約の申込みや注文を行うことになるという意味を消費者が簡単に認識できないような画面構成により、契約意思がないままに画面に表示されているボタンをクリックしたことをもって、契約が成立したものと事業者が主張するといった架空・不当請求のケースが横行している。

また、はがきなどの郵便手段を利用した公営住宅申込代行商法にみられるように、契約の申込みとは容易に認識できないように印刷された書面により、消費者の誤認に乗じて申込みをさせるトラブルも依然として発生している。

これらは、通信手段の違いこそあれ、消費者の誤認しやすい状況を事業者が作り出し、これに乗じて行った勧誘行為であることから、通信手段を用いた誤認惹起行為としてとらえることができる。

架空・不当請求の手口をみると、消費者を勧誘する段階、消費者に申込みの意思表示をさせる段階、請求段階に分けられる。このうち、請求段階については現行条例 25 条 1 項 4 号で規制できるが、消費者を勧誘する段階、消費者に意思表示をさ

せる段階において事業者が法律に定められた情報提供義務を守らない不当勧誘については条例上規定がなく、規制を行うことができない。

特定商取引法 14 条、省令 16 条では、インターネットを利用した通信販売の場合、契約の申込みとなることを容易に認識できないような紛らわしい表示によって消費者を取引に引き込むこと、申込みの内容を確認し訂正できる措置をとっていないことが違法とされている。また、はがき等書面で契約の申込みを受ける場合において、書面の送付が申込みとなることを容易に認識できるように表示していないことも違法とされている。しかし、通信販売に関する特定商取引法の権限が都知事がないため、こうした規定に基づく規制をすることができない。

以上の行為についても、消費者被害の実態を踏まえ、その予防と救済を的確に実現するためには、国のみに規制を任せるのではなく、都として機動的かつ積極的に対応していくことが必要であり、そのためにはこれらを不適正な取引行為の類型として条例に位置付け、都知事による規制の対象とすべきである。

### **（３）威迫、困惑による勧誘**

建物や水道の点検と称して家に上がり込み強引に商品を売りつける点検商法や、判断能力の低下した高齢者などを狙って支払能力を無視した販売を繰り返す次々販売など、犯罪的ともいえる悪質訪問販売による被害が増大しているため、これらの悪質行為を一層効果的に規制する必要がある。

#### **① 押売行為の禁止**

訪問販売によるリフォーム工事や浄水器販売等の中には、消費者が契約の締結を明確に承諾していない状態であるにもかかわらず、工事の施工や点検等の既成事実を先行することにより、契約の締結を迫る手口が見受けられる。

このような押売行為では、消費者の明確な承諾がないまま、販売業者が工事の施工や商品の設置等の既成事実を一方的に先行し、代金を請求する時点では、既に販売業者による施工や設置等が終了している状況にあることが多いため、消費者とし

ては契約の締結を拒絶することが心理的に困難となる。押売行為は、既成事実を先行させることにより、さほど執拗な勧誘を行わなくとも契約を承諾せざるを得ない状況に消費者を追い込むものであって、手口としては、極めて巧妙で悪質である。

しかも、悪質事業者の中には、表面的には威迫的な勧誘ではないことを理由にして現行条例で定める不適正取引行為に該当しないと主張する事業者もあるため、押売行為を不適正な取引行為として規定しておく必要がある。

その場合、既成事実を先行させる行為は、未だ契約が成立していない状態で行われる行為であり、その後事業者が対価を要求することにより契約の締結を勧誘しているものと解されるので、不当な履行請求の問題（現行条例 25 条 1 項 4 号）とは別に、勧誘段階の不適正な取引行為として「威迫・困惑類型」の中に位置づけるのが適当である。

## ② 次々販売への対応

平成 17 年 5 月に社会問題化した悪質な住宅リフォーム販売にみられたように、判断能力が低下した高齢者に対して支払能力を無視して、次々にリフォーム工事、床下設備の設置工事等の契約をさせたり、呉服、布団等の商品を次々と販売する手口が横行している。

一方、勧誘を拒絶することが苦手な若年者に対して、アクセサリー、補正下着類、エステティック・サービス、化粧品、語学教材等を次々と販売することによる被害も多発している。

次々販売は、一旦契約した消費者のうち、判断能力や拒絶能力が低いと思われる消費者を狙って必要性のない商品を次々と勧誘して販売し、消費者の支払能力を無視して高額の契約をさせるものであり、消費者の弱みに付け込む極めて悪質な販売方法である。

同一事業者が同種の商品を次々と販売する形態のみならず、別の商品を勧誘して販売する例や、別の事業者が次々と現れて勧誘し販売する形態による被害事例も少なくない。

しかし、このような次々販売の違法性・不当性をどのように判定するかは、商品の種類や取引形態によって異なり、単一の違法要素で括ることは容易でない。むしろ、新たな不適正行為類型を設けるまでもなく、既存の複数の違法要素に該当する行為として対処できると考えられる。

すなわち、次々販売行為は、①不実告知（規則 6 条 3 号）、②判断力不足に乗じた契約締結（規則 7 条 7 号）、③商品等の過量販売（規則 8 条 5 号）、④支払能力を超える信用供与を伴う販売（規則 8 条 7 号）等の複数の違法要素に同時に該当する行為であり、さらに今回導入を検討している前述の適合性原則違反等に該当する場合もあることから、これらの規定を適用して対処していくことが可能であるし、また、次々販売の悪質性の高さを前提にすると、これらの規定を複合的に活用し、さらに一層厳しく対処していく必要がある。

具体的には、次々販売に対し条例及び規則のいかなる条項がどのように適用されるのかを、次々販売の事例に即して理解できる解釈基準や解釈方針を挙げて解説することにより、次々販売が条例及び規則の適用対象となることを明確にし、条例の執行面での対応を強化する必要がある。

## 2 悪質事業者への処分強化等

悪質な手口による消費者被害を惹起させている事業者の中には、特定商取引法の適用のない取引形態や商品、役務等の取引において不適正な行為を行う事業者や会社名を変えて不適正な取引行為を繰り返す事業者、さらには名前の公表を厭わない事業者などが出現している。

これらの事業者に対して現行条例によって課しうるのは、勧告（48 条）と、勧告に従わない場合の公表（50 条）に止まり、悪質事業者に対する抑止効果は弱いものとなっている。悪質事業者に対する抑止効果を強めるためには、行政処分及び罰則の導入について検討する必要がある。

また、その前提として、立証責任の転換など条例違反の事実認定を容易にする仕組みの整備、事業者名を含む迅速な情報提供などの手続の整備が必要である。

改正案	現行
<p>目次</p> <p>前文から第九章まで（現行のとおり）</p> <p>第十章 調査、勧告、公表等（第四十六条 第五十一条）</p> <p>第十一章 雑則（第五十二条・第五十三条）</p> <p>第十二章 罰則（第五十四条・第五十五条）</p> <p>附則</p> <p>前文（現行のとおり）</p> <p>第一条から第二十四条まで（現行のとおり）</p> <p>（不適正な取引行為の禁止）</p> <p>第二十五条 知事は、事業者が消費者との間で行う取引に関して、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。</p> <p>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。</p> <p>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</p>	<p>目次</p> <p>前文から第九章まで（略）</p> <p>第十章 調査、勧告、公表等（第四十六条 第五十一条）</p> <p>第十一章 雑則（第五十一条・第五十二条）</p> <p>附則</p> <p>前文（略）</p> <p>第一条から第二十四条まで（略）</p> <p>（不適正な取引行為の禁止）</p> <p>第二十五条 知事は、事業者が消費者との間で行う取引に関して、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。</p>

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、販売の意図を隠し、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、又は將  
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。)  
に基づき債務の履行を迫り、又は当該債務の履行をさせるこ

一 消費者に対し、販売の意図を隠し、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、又は將  
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。

二 消費者の自発的意思を待つことなく執ように説得し、電氣  
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、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、若しくは消費者を心理的に不安な  
状態に陥らせる等して、契約の締結を勧誘し、又はこれらに  
より消費者の十分な意思形成のないまま契約を締結させる  
こと。

三 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。

四 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、又は困惑させる等  
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。)に基づき債務の履行を迫り、又は当該債務の履行をさ

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を販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品又はサービスの購入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 (現行のとおり)

せること。

五 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。

六 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。

七 商品若しくはサービスを販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品又はサービスの購入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 (略)

改正案	現行
<p>目次</p> <p>第一章から第三章まで（現行のとおり）</p> <p>第四章 不適正な取引行為（第五条の二 第十二条の二）</p> <p>第五章（現行のとおり）</p> <p>第六章 調査、勧告、公表等（第二十五条 第三十九条）</p> <p>附則</p> <p>第一条から第五条まで（現行のとおり）</p> <p>（条例第二十五条第一項第一号の不適正な取引行為）</p> <p>第五条の二 条例第二十五条第一項第一号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。</p> <p>一 商品又はサービスの販売に際し、消費者の拒絶の意思表示にもかかわらず、消費者を訪問し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。</p> <p>二 商品又はサービスの販売に際し、消費者の拒絶の意思表示にもかかわらず、又はその意思表示の機会を明示的に与えることなく、消費者に対し電話機、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一方的に広告宣伝等を行うことにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。</p> <p>三 商品又はサービスの販売に際し、消費者の知識、経験及び財産の状況に照らして不適当と認められる契約の締結を勧誘し、</p>	<p>目次</p> <p>第一章から第三章まで（略）</p> <p>第四章 不適正な取引行為（第六条 第十二条）</p> <p>第五章（略）</p> <p>第六章 調査、勧告、公表等（第二十五条 第三十八条）</p> <p>附則</p> <p>第一条から第五条まで（略）</p>

又は契約を締結させること。

四 商品又はサービスの販売に際し、高齢者その他の者の判断力の不足に乘じ、契約を締結させること。

(条例第二十五条第一項第二号の不適正な取引行為)

第五条の三 条例第二十五条第一項第二号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一 商品又はサービスの販売に際し、法令又は条例に定める書面(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その他事業者が消費者に情報を提供する義務に違反し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

二 商品又はサービスに係る広告をするに際し、法令に定められた記載事項を表示しない広告により、契約の締結を勧誘すること。

三 特定商取引に関する法律施行規則(昭和五十一年通商産業省令第八十九号)第十六条第二項に規定する電子契約(以下単に「電子契約」という。)の申込みの際し、当該電子契約に係る電子計算機の操作が当該電子契約の申込みとなることを、消費者が容易に認識できるように表示せずに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

四 電子契約の申込みの際し、消費者が申込みの内容を容易に確認し、及び訂正できるようにせずに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

五 申込みの様式が印刷された書面により契約の申込みを受ける場合において、当該書面の送付が申込みとなることを、消費者が

容易に認識できるように当該書面に表示せず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

(条例第二十五条第一項第三号の不適正な取引行為)

第六条 条例第二十五条第一項第三号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一 から七まで (現行のとおり)

(条例第二十五条第一項第四号の不適正な取引行為)

第七条 条例第二十五条第一項第四号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一 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、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

二 消費者が依頼又は承諾していないにもかかわらず、消費者の住居等において商品又はサービスの販売を一方的に行つて、あたかも契約が成立したかのように誤信させて、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。

三 消費者を訪問し、消費者が拒絶の意思を表示することを妨げるような方法で契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

四 (現行のとおり)

五 路上その他の場所において消費者を呼び止め、消費者の意に反して、執ように説得し、又は消費者を威迫して困惑させ、そ

(条例第二十五条第一項第一号の不適正な取引行為)

第六条 条例第二十五条第一項第一号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一 から七まで (略)

(条例第二十五条第一項第二号の不適正な取引行為)

第七条 条例第二十五条第一項第二号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一 威圧的な言動等を用いて、又は長時間にわたり、反復して、若しくは契約を締結する意思がない旨を表示しているにもかかわらず、迷惑を覚えさせるような方法で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

二 商品又はサービスの販売に関し、消費者の拒絶の意思表示にもかかわらず、又はその意思表示の機会を与えず、電気通信手段を介して一方的に広告宣伝等を反復して送信することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

三 (略)

四 路上その他の場所において消費者を呼び止め、消費者の意に反して、執ように説得し、又は威圧的な言動等を用いて、そ

五 路上その他の場所において消費者を呼び止め、消費者の意に反して、執ように説得し、又は消費者を威迫して困惑させ、そ

の場で、又は営業所若しくはその他の場所へ誘引して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

六 (現行のとおり)

七 (現行のとおり)

八 (現行のとおり)

九 商品又はサービスの販売に際し、当該消費者の情報又は当該消費者が従前にかかわった取引に関する情報を利用して、消費者を心理的に不安状態に陥らせ、過去の不利益が回復できるかのように告げ、又は害悪を受けることを予防し、若しくは現在被っている不利益が拡大することを防止するかのように告げて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

十及び十一 (現行のとおり)

(条例第二十五条第一項第五号の不適正な取引行為)

第八条 条例第二十五条第一項第五号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一 から九まで (現行のとおり)

(条例第二十五条第一項第六号の不適正な取引行為)

第九条 条例第二十五条第一項第六号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一 消費者、その保証人等法律上支払義務のある者(以下「消費者

場で、又は営業所若しくはその他の場所へ誘引して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

五 (略)

六 (略)

七 消費者の取引に関する知識又は判断力の不足に乗じて、取引の内容、条件、仕組み等について必要な説明をしないまま、消費者に著しく不利益をもたらすおそれのある契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

八 (略)

九 商品又はサービスの販売に関し、当該消費者が従前にかかわった取引に関する当該消費者の情報又は取引に関する情報を利用して、消費者を心理的に不安状態に陥らせ、過去の不利益が回復できるかのように告げ、又は害悪を受けることを予防し、若しくは現在被っている不利益が拡大することを防止するかのように告げて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

十及び十一 (略)

(条例第二十五条第一項第三号の不適正な取引行為)

第八条 条例第二十五条第一項第三号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一 から九まで (略)

(条例第二十五条第一項第四号の不適正な取引行為)

第九条 条例第二十五条第一項第四号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一 消費者、その保証人等法律上支払義務のある者(以下「消費者

等」という。)を欺き、威迫して困惑させ、又は正当な理由なく早朝若しくは深夜に電話をし、若しくは訪問する等の不当な手段を用いて、債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

二 消費者等を欺き、威迫して困惑させ、又は迷惑を覚えさせるような方法で、預金の払戻し、生命保険の解約、借入れを受けること等により、消費者等に金銭を調達させ、債務の履行をさせること。

三から六まで (現行のとおり)

(条例第二十五条第一項第七号の不適正な取引行為)

第十条 条例第二十五条第一項第七号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一から三まで (現行のとおり)

(条例第二十五条第一項第八号の不適正な取引行為)

第十一条 条例第二十五条第一項第八号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一 消費者のクーリング・オフの権利の行使に際して、これを拒否し、若しくは黙殺し、威迫して困惑させ、又は術策、甘言等を用いて、当該権利の行使を妨げ、契約の成立又は存続を強要すること。

二及び三 (現行のとおり)

四 継続的に商品又はサービスを提供する契約を締結した場合において、消費者の正当な根拠に基づき中途解約の申出に対して、これを不当に拒否し、解約に伴う不当な違約金、損害賠償金等

等」という。)を欺き、威迫し、若しくは困惑させ、又は正当な理由なく早朝若しくは深夜に電話をし、若しくは訪問する等の不当な手段を用いて、債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

二 消費者等を欺き、威迫し、又は困惑させて、預金の払戻し、生命保険の解約、借入れを受けること等により、消費者等に金銭を調達させ、債務の履行をさせること。

三から六まで (略)

(条例第二十五条第一項第五号の不適正な取引行為)

第十条 条例第二十五条第一項第五号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一から三まで (略)

(条例第二十五条第一項第六号の不適正な取引行為)

第十一条 条例第二十五条第一項第六号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一 消費者のクーリング・オフの権利の行使に際して、これを拒否し、若しくは黙殺し、威迫し、又は術策、甘言等を用いて、当該権利の行使を妨げ、契約の成立又は存続を強要すること。

二及び三 (略)

四 継続的に商品又はサービスを提供する契約を締結した場合において、消費者の正当な根拠に基づき中途解約の申出に対して、これを不当に拒否し、解約に伴う不当な違約金、損害賠償金等

を要求し、又は威迫して困惑させる等して、契約の存続を強要すること。

五 前各号に掲げるもののほか、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又は契約の無効の主張に際し、これを不当に拒否し、不当な違約金、損害賠償金等を要求し、又は威迫して困惑させる等して契約の成立又は存続を強要すること。

六 (現行のとおり)

2 (現行のとおり)

(条例第二十五条第一項第九号の不適正な取引行為)

第十二条 条例第二十五条第一項第九号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一及び二 (現行のとおり)

三 販売業者等(商品若しくはサービスを販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者をいう。以下同じ。)の行為が第五条の二から第八条までに規定するいずれかの行為に該当することを知りながら、又は与信に係る加盟店契約その他の提携関係にある販売業者等を適切に管理していれば、そのことを知り得べきであるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等の締結をさせること。

四 (現行のとおり)

(契約における重要な事項)

第十二条の二 条例第二十五条の二第一号に規定する契約における重要な事項は、次の各号に掲げるものとする。

を要求し、又は威迫する等して、契約の存続を強要すること。

五 前各号に掲げるもののほか、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又は契約の無効の主張に際し、これを不当に拒否し、不当な違約金、損害賠償金等を要求し、又は威迫する等して契約の成立又は存続を強要すること。

六 (略)

2 (略)

(条例第二十五条第一項第七号の不適正な取引行為)

第十二条 条例第二十五条第一項第七号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一及び二 (略)

三 販売業者等(商品若しくはサービスを販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者をいう。以下同じ。)の行為が第六条から第八条までに規定するいずれかの行為に該当することを知りながら、又は与信に係る加盟店契約その他の提携関係にある販売業者等を適切に管理していれば、そのことを知り得べきであるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等の締結をさせること。

四 (略)