

条例等改正検討事項と基本的な考え方（修正案）

2012/9/11

- ※ 現行条例及び規則を改正（修正）する部分は「ゴシック体」で表記
- ※ 前回の素案に追加（修正）した項目は「ゴシック下線」で表記

● 条 例

1. 買取型消費者取引への適用対象の拡大

(1) 第2条（消費者の権利の確立）【前回素案に追加】

第2条 前条の目的を達成するに当たっては、次に掲げる消費者の権利の確立を図ることを基本とするものとする。

- 一 商品（事業者が消費者から購入するものを含む。以下この条、第4条、第8条、第21条、第21条の2、第28条第1項第2号において同じ。）又は役務により生命、身体又は財産が侵されない権利
- 二～七 （略）

〔考え方〕

商人（事業主）でない者から「もの」を買い取る場合、その「もの」を「商品」と称する立法例は見当たらない。

そこで、条例上「商品」という文言の概念を、上記のとおり規定することにより、買取型消費者取引への条例適用を図るものである。

(2) 第4条（事業者の責務等）

第4条 事業者は、その供給する取引する商品又は役務について、品質その他の内容の向上、危害の防止、公正な取引の確保、正確な情報の提供等必要な措置を講ずるとともに、価格の安定及び流通の円滑化に努めなければならない。

2～5 （略）

(3) 第21条の2 (不当な取引行為に関する調査等) 【前回素案を一部修正】

第21条の2 知事は、前条第1項の規則で定める行為が行われている疑いがあると認めるときは、必要な調査を行うことができる。

2 知事は、前項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該商品又は役務を供給する取引する事業者に対し、当該行為の正当性等を示す資料の提出を求めることができる。

3 (略)

〔考え方〕

条例第21条第2項(勧誘開始(接触)段階での不当取引行為の規制強化に伴う除外規定)の新設に伴い、本条第1項中、「前条」を「前条第1項」に変更するものである(次ページ(1)を参照)。

2. 勧誘開始（接触）段階での不当取引行為の規制強化

(1) 第21条（不当な取引行為の禁止）【前回素案を一部修正】

第21条 事業者は、消費者との間で行う商品又は役務の取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為で規則で定めるものを行ってはならない。

- 一 勧誘拒絶の意思を表明した消費者に対して勧誘する行為及び消費者に対して勧誘を受ける意思があることを確認せずに勧誘する行為

(※ 以下、現在の1～4の各号を順次繰り下げる。)

二～五 (略)

- 2 前項第1号の行為（消費者に対して勧誘を受ける意思があることを確認せずに勧誘する行為を除く。）については、事業者と消費者との間で定期的又は継続的に商品又は役務の取引を行うことが通例であり、かつ、通常消費者の利益を損なうおそれがないと認められる取引行為であって、規則で定めるものに該当するときは、同項の規定は、適用しない。

〔考え方〕

今回新設する本条第1号前段の目的は、もっぱら押しつけ販売（買取）的な勧誘から消費者を保護することにある。したがって、日常生活において支障なく行われている取引についてまで規制する必要はない。

また、これらの取引に無用の混乱を生じせしめることは避けるべきこと等から、本号前段の適用を除外する取引を、第2項で規定するものである。

（県民コメントの主な意見【資料2】参照）

(2) 第22条（不当な取引行為の改善勧告）【前回素案に追加】

第22条 知事は、事業者が第21条第1項の規則で定める行為を行っていると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、当該事業者に対し、当該行為を改善するよう勧告することができる。

2 (略)

〔考え方〕

第21条第2項の新設に伴い、関連条文の規定を整備するものである。

3. 消費生活審議会（苦情処理部会）の機能強化

(1) 第27条（審議会のあっせん及び調停）【前回素案を一部修正】

第27条 知事は、消費者からの苦情を解決することが困難であるとき、その他必要があると認めるときは、当該苦情を審議会のあっせん又は調停に付することができる。

2 審議会は、あっせん又は調停のため必要があると認めるときは、当該苦情に係る事業者、消費者その他の関係者の出席を求め、その意見を聞き、又は説明及び資料の提出を求めることができる。

3 知事は、第1項の規定によりあっせん又は調停に付した苦情が解決し又は解決の見込みがないと認める場合において、消費生活の安定及び向上を確保するために必要と認めるときは、当該あっせん又は調停の経過及び結果を公表することができる。

〔考え方〕

あっせん及び調停は、審議会が消費者と事業者との間に入って助言等を行うことにより、消費者と事業者に互いの自由意思によって妥協点を見いだすことを促す裁判外紛争処理の手段である。事業者にも協力を得ながら、消費者の苦情の解決を図るものであって、必ずしも被害の発生が前提となっているものではない。

そのため、当初案では、公表の目的を「同一又は同種の原因による被害の防止及び救済を図るため」としたが、あっせん及び調停の段階において、対象をより広くとらえるため、「消費生活の安定及び向上を確保するために必要と認めるときは」に表記を変更した。

●規 則

1. 規則第1条(改正後)関係

- 埼玉県民の消費生活の安定及び向上に関する条例(平成8年埼玉県条例第5号。以下「条例」という。)第21条第1項第1号に該当する行為で規則に定めるものは次に掲げるとおりとする。

(1) 第1号

口頭、書面、自動音声などの手段を問わず、消費者が勧誘を受ける意思がない旨を表明したにも関わらず勧誘を開始する行為。

(2) 第2号

勧誘に先立って、消費者に対し、その勧誘を受ける意思があることを確認することなく勧誘をする行為

[参考]

<特定商取引法第3条の2第1項>

販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売をしようとするときは、その相手方に対し、勧誘を受ける意思があることを確認するよう努めなければならない。

2. 規則第1条の2（改正後）関係【前回素案に追加】

- 条例第21条第2項において規則に定めるものは次に掲げるとおりとする。

(1) 第1号

現に店舗において販売を行っている販売業者又は現に店舗において役務の提供を行っている役務提供事業者が定期的に住居を巡回訪問し、商品若しくは役務の提供に係る契約の申込み若しくは契約の締結の勧誘を行わず、単に申込みを受け、又は請求を受けてこれを締結して行う販売若しくは役務の提供

[考え方]

いわゆる御用聞きの販売に係る規定。事業者から積極的な商品等の取引に係る売り込み等を行わず、単に得意先の注文を聞いて回るいわば受動的な取引であり、消費者保護上問題を生じるおそれがないことから、当該行為を除外するものである。

(2) 第2号

事業者が継続的取引関係にある消費者（当該訪問の日前1年間に当該販売又は役務の提供に関して取引のあった者に限る。）に対してその住居を訪問して行う販売又はその住居を訪問して役務提供契約の申込みを受け若しくは役務提供契約を締結して行う役務の提供

[考え方]

通常、消費者と継続的に取引関係がある事業者については、相対的に両者の間に信頼関係が成立していると考えられ、トラブルが発生する可能性は低い。また仮にトラブルが発生した場合であっても、連絡先等が判明しているため交渉も容易であることから、当該事業者による取引を除外するものである。

なお、「取引のあった」とは、当該事業者が通常扱っている商品等の取引のみならず、当該商品等の取引と密接に関連する取引が行われた場合も含まれる。これらの取引についても、一般的に両者の間で不当な取引が行われ、トラブルが発生する可能性が低いと考えられるためである。

3. 規則第2条(改正後)関係

- 条例第21条第1項第2号に該当する行為で規則に定めるものは次に掲げるとおりとする。

「消費者に虚偽の事実を告げ、又は誤信を招く情報を提供し、消費者を威迫し、又は心理的に不安な状態に陥れる等の不当な方法で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為」

(1) 第4号【前回素案に追加】

自らの氏名、住所、連絡先等について、明らかにせず、又は虚偽の内容を告げて容易に認識させず、若しくは偽って、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

〔考え方〕

本号は、事業者が不当な取引等による責任追及を逃れるために、氏名(名称)や住所、連絡先等を全く示さなかったり、虚偽、架空の氏名等を告げて勧誘する行為を規制するものである。

近年、携帯電話やパソコンを利用したインターネット上での取引が増えており、事業者がネット上に虚偽の記載等を行うことにより、誤認させて契約の申込等をさせる手口が増加している。

そこで、「虚偽の内容を『告げる(口頭)』ことにより勧誘を行う行為」に加え、「虚偽の内容等を『記載(表示)』することにより勧誘等を行う行為」についても、不当取引行為の対象とするものである。

(2) 第5号【前回素案を一部修正】

商品の販売若しくは役務の提供取引(以下「商品等の取引販売等」という。)の意図を隠し、若しくは商品等の取引の販売等以外のことを主要な目的であるかのように告げ、又は表示し、~~と~~消費者に接近し、又はそのような広告等で消費者を営業所等に誘引して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

〔考え方〕

本号は、事業者が消費者に商品やサービスの購入を勧誘し、契約を締結させるために、消費者に接近したり、広告等で誘引するに際し、販売目的を隠匿して勧誘等する行為を規制する(消費者に販売目的を明示することを求める)ものである。

前号同様、事業者が携帯電話等を利用して、ネット上に商品等の取引以外のことを主要な目的であるかのように記載（表示）し、消費者に接近する手口が発生している。

そこで、商品等の取引以外のことを主要な目的であるかのように「告げる（口頭）」ことにより消費者に接近等することに加え、「記載（表示）」することにより接近等することについても、不当取引行為の対象とするものである。

（3）第6号【前回素案に追加】

前各号に掲げるもののほか、消費者が契約締結の意思を決定する上で重要性を有する事項について、虚偽の事実を告げ、又は表示し、誤信を招く情報を提供し、又は故意に事実を告げないで、若しくは表示しないで、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

〔考え方〕

本号は、事業者の意思決定にとって重要性を有する事項について、事業者が不実告知や事実を告げないで勧誘し、又は契約を締結させる行為を規制するものである。

携帯電話やパソコンを利用したネット取引等における被害の増加を踏まえ、前述の第4号及び第5号の趣旨と同様、「口頭（虚偽の事実を告げる、故意に事実を告げない）による勧誘等を行う行為」に加え、「記載（虚偽の事実を表示する、故意に事実を表示しない）により勧誘等を行う行為」についても、不当取引行為の対象とするものである。

（4）第13号【前回素案を一部修正】

消費者が過去に関わった商品等の取引の~~販売等~~に関する情報を利用して、消費者を心理的に不安な状態に陥れて、過去の不利益が回復できるかのように告げ、又は表示し、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できるかのように告げ、又は表示して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

〔考え方〕

本号は、過去に「資格商法」や「会員サービス」などの被害に遭った消費者に対し、当該被害の回復等ができるかのように再度勧誘する行為、いわゆる

二次被害に係る勧誘行為を規制するものである。

近年、被害回復等ができるかのように口頭（電話）で告げるだけでなく、書面やネット上に記載（表示）することにより、消費者を不安な状態に陥れて契約の申込等をさせる手口が発生している。

そこで、「告げる（口頭）」ことに加え、「記載（表示）」により不安な状態に陥れて契約の申込等をさせることも不当取引行為の対象とするものである。

(5) 第14号

商品等の取引の販売等をする目的で、検査その他の役務を無償又は著しく低い対価で提供することにより、消費者に心理的負担を負わせて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(6) 第16号【前回資料3の「4. その他 (P7)」No2の条文化、一部修正】

消費者の知識、経験、判断力等の不足に乗じて、及び財産の状況に照らして不相当と認められる契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

〔考え方〕

本号は、高齢者の判断力の低下につけ込んだり、社会的に未成熟な若年者を狙う悪質商法を規制するものである。

特定商取引法（第7条第4号等）では、適合性の原則に関して、商品等に関する知識や経験不足につけ込む勧誘の他、財産の状況に照らして不相応又は不要な支出を強いる契約の勧誘を行うことを禁止行為として規定している（特定商取引法施行規則第7条第3号）。

そこで、国と同様、適合性の原則の要素の1つとして、「財産状況」に係る要素を追加することにより、不当取引行為規制の一層の強化を図るものである。

なお、現行で規定している「判断力の不足」に乗じて行う勧誘行為等に係る規制については、次（7）のとおり新たな号として独立して規定する。

<適合性の原則>

取引を勧誘する際に、当該取引をするためにふさわしい能力を有していない者に対して不相当な勧誘をしてはならないというルール

<特定商取引法施行規則第7条第3号>

顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘行為を行うこと

(7) 新17号(判断力不足)【前回資料3の「4. その他(P7)」No1の条文化】

高齢者その他の者の判断力の不足に乗じて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

〔考え方〕

現規則第1条第16号(前記(6))で規制している「判断力不足」について、特定商取引法施行規則第7条第2号等と同様、「適合性の原則」と切り離し独立した不当取引行為として規定するものである。

＜特定商取引法施行規則第7条第2号＞

老人その他の者の判断力の不足に乗じ、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結させること

(8) 新18号(判断等機会妨害)【前回資料3「4. その他(P7)」No3の条文化】

契約を締結するかどうかを判断するために必要な機会を得ることを妨げて、当該契約の締結について勧誘し、又は契約を締結させる行為

〔考え方〕

「あなただけ特別だから、他人には相談してはいけない」、「家族には内緒で」などと告げ、家族等他人に相談させない、参考となるべき意見を聞かせない状況を作り出して勧誘を行う手口が発生している。

家族等の意見を聞くこと等により、契約の必要性について冷静、かつ、客観的に検討することは、適正な契約を締結する上で非常に重要な要素であることから、当該行為を妨げる行為を不当取引行為として新たに規制するものである。

なお、同様の行為で契約の申込みの撤回等を妨げる手口も発生しているので、同様の規制を規則第5条(改正後)で新設する(詳細後述)。

〔事例〕

- ・ 未婚の息子に係る結婚相談所入会の勧誘を受けた際、「息子さんに相談すれば嫌がるに決まっている。本当に結婚させたいなら息子さんに相談しないで入会(契約)したほうが良い」と言われた。
- ・ 高額な浄水器の勧誘を受けた際、「家事をしない旦那さんに相談すれば反対されるに決まっている。家族の健康のためにも購入した方が良い」と言われた。