

消費者契約法の見直しに向けて

平成 26 年 5 月 16 日

(公社) 全国消費生活相談員協会

増田 悦子

1 消費者であること (法 2 条)

「事業として」「事業のために」を判断するに際して、消費者として保護を受けるべき立場であっても適用外とされてしまうケースがある。少なくとも特定商取引法の業務提供誘引販売取引、連鎖販売取引における消費者の考え方を踏まえて、広く消費者としてとらえてほしい。

■フランチャイズ・代理店契約

初めて事業を行う、それまでにその業界の経験がない、事務所を構えること等なく行うにも関わらず、B to B の契約であると評価され、業務提供誘引販売は適用されないと反論されたり消費生活センターによる斡旋が拒否されるケースがある。開業準備段階か、すでに事業を開始しているか、開始していても継続反復した事業となっているか、など検討を要する。

<事例 1>

盗聴器を探して取り外すサービスのフランチャイズ契約をした。そのために必要な機器を 100 万円で購入し、業者認定の漏洩士を取得し、毎月 12000 円のロイヤリティを払っている。大手引越業者と契約しているため仕事はたくさんあるので、月 30 万円以上の収入は確実であると説明されたが全く仕事がない。返金してほしい。

■モデル・タレント契約

労働契約及びレッスン契約やプロフィール作成契約などとなっている。路上で声をかけ、事務所で面接をし、一度帰らせる。その後、電話やメールで呼び出す際に、金額を告げたり、あるいは、面接の際に次回来る日を決めておくなど、アポイントメントセールスやキャッチセールスの要件を逃れる勧誘を行っている。また、それらの脱法行為であるだけでなく、多くは業務提供誘引販売取引であることを認めないため、業務提供誘引販売取引に基づく交渉もできず、特定商取引法による解決は困難な状況にある。

<事例 2>

インターネットでアルバイトを探したところ、モデルの求人募集があったので応募して面接を受けた。合格となったが、「仕事をするためにはレッスンを受けたほうがよい。レッスン費用は 40 万円だがあなたは有望なので 20 万円にする。レッスンを受けている間にも仕事があるのですぐに元が取れる」と言われた。一度帰って考えたが、すぐに元が取れるのであればと思い、モデル所属契約とレッスン受講契約をした。仕事の紹介はなく収入がない。返金してほしい。

■ドロップ SHIPPING

ドロップ SHIPPINGを行うための契約をして被害にあった人へ、売上向上のための契約を勧め、高額な費用を負担させるケースがある。外形的には事業者としてサイト運営をしていることからB to B契約となるが、実態としては単に詐欺的なドロップ SHIPPINGの被害者に過ぎない。

<事例3>

自宅で副業ができないかとネット検索して、ドロップ SHIPPINGの広告を見つけて資料請求をしたらA社から電話があった。「利益が十分に得られるだけ卸値が安い。」と言われ、50万円のドロップ SHIPPING契約をした。HPが立ち上がったが、契約前の説明と全く異なり、卸値は高価格であり自分のHPは検索エンジンに出てこないため、注文は全くなかった。そんな中、B社から電話があった。検索エンジンの上位にアップさせる、必ず効果があると言われ、1年間の50万円のSEO対策サービスの契約をした。検索エンジンには相変わらず出てこない上、ドロップ SHIPPINGの事業者が行政処分を受けたのでドロップ SHIPPINGもできなくなった。SEO対策サービスの契約を解約したい。

■連鎖販売取引

連鎖販売取引において収入を得ている場合、既に事業者であるとして対応を拒否するケースがある。既に払った特定負担よりもはるかに少ない収入しかなく、継続反復した事業とは言えない場合がほとんどである。

<事例4>

学生時代の友人から久しぶりに電話があり、「マジスゲーもんあるから来て！」と誘われ、事務所に出向いた。「自動で馬券を買ってくれるソフト。負けることはない。一緒に勝ち組になろう」と誘われた。お金がないと言ったが、消費者金融で借入れするよう勧められ、70万円の馬券自動購入ソフトを契約した。しかし、説明のような高確率での勝ちにはなかった。友人から「人を紹介し販売すると一人につき6万円、その人が販売すればさらに紹介料も増える」と代理店になることを勧められ、ビジネス活動を始めた。何人かに売ったが、友人が離れて行き後悔した。解約したい。

■リース契約

過去に事業をしていたが今は廃業し看板だけが残っている、零細な事業をしているが自宅と兼用であるなど、明らかに消費者であるケース、あるいは、最近零細な事業を立ち上げたばかりなど、十分な検討が必要なケースが混在している。

<事例5>

販売会社Aの販売員が来訪し、盗聴防止用として電話機等のリース契約を勧められた。「収入が少ないので高額な支払いはできない」と何度も断って「帰ってほしい」と伝えたが応じてもらえなかった。根負けしてリース会社との間で、月額約2万円、84カ月間

の電話主装置と電話機の契約をした。その際、自宅玄関に掲げていた寺の名前で契約した。しかし、寺は亡くなった弟が生前家庭内で仏像を拝むだけのものだった。電話機を設置した当日から解約を求め続けたが応じてもらえなかった。新しい電話機の使い方もわからないため、もとに戻してほしいと連絡をしたところ、約 1 週間後、再び販売会社の販売員が自宅に来訪し、契約した電話主装置と電話機を取り外した。そのため、それ以降は以前から使用していた黒電話を使用してきた。解約したい。

2 情報提供や説明の努力義務（法 3 条）

不十分な説明のために誤認して契約に至り被害にあうことが多い。特に専門的な分野、複雑な取引においては、消費者が自ら情報収集することが困難であることから、相手方の説明が主な情報源になる。努力規定では足りない。連鎖販売取引などは、家族、親戚などからの勧誘されることが多く、ほとんど説明がないまま（事実も不実も告げられていない）、自分から何度も商品購入しているケースもある。また、金融や通信など、各業法において規制されているが、包括的な説明義務を取り入れるべきと考える。

■美容医療

<事例 6>

ネットで広告を見て美容外科に行き、話を聞きに行ったつもりだったのに、カウンセリングで勧められ、豊胸手術の申込みをした。翌日、不安であり、高額でもあるのでやめると伝えた。すでに規約で定めている手術予定日の 2 週間前を過ぎているので、手術代金の 50%を支払うように言われた。とても支払えない。

- ・相手方の規約で、「手術予定日 2 週間前から前々日までの変更・キャンセルは、手術代金の 50%、手術予定日前日の手術の変更・キャンセルは手術代金の 80%、手術当日の変更・キャンセルについては手術代金の全額をキャンセル料としてお支払いいただきます」となっていた。

- ・その他の不当条項とともに、それら条項の使用停止の申し入れ（裁判外）を行った。相手方は条項の使用停止等を受け入れ、「手術予定日の 2 週間前以降の変更・キャンセルは実費相当額をいただきます」と規約変更し、それは平均的損害を超えないものとする趣旨であると回答があった。

- ・相手方に対し、「その是正では、消費者は事前にキャンセル料額を予測することができず、判断の根拠を欠くことになる。3 条に求められる明確性・平易性を欠く」と指摘はしたが、3 条が努力義務のため、それ以上の追及ができなかった。

■金融

デリバティブを組み込んだ仕組商品であること等は、契約するか判断の根拠になる。また、消費者は、商品組成や仕組みがあまりに複雑であるので適切な契約かの評価できない。3 条が努力義務であるため、情報提供に現実に不足があったとしても使えない。

<事例7>

今まで預金しかしたことがないが、銀行の窓口で「新しく元本確保型の投資信託がでたので安心」と説明され、信用して購入した。しかし、満期になったら大きく元本割れした。元本保証だと思っていたがデリバティブが組み込まれていた投資信託と分かった。銀行ではその説明は一切なく、パンフレットにも記載がない。

■通信サービス

必要で有益なサービスである通信サービスだとしても、その料金の在り方が不透明であり、料金体系は複雑である。また、その性能や使い方も高度な知識が必要であり、平均的な理解力を持った消費者であっても簡単には理解できない。そのため、消費者から必要な問い合わせ、質問ができないのが通常である。事業者からの積極的な情報提供が必要である。

<事例8>

携帯電話に機種変更をしようと思いショップに行った。スマートフォンを勧められ、同時にタブレットとWi-Fiルータを契約すると通信料が安くなると言われ、契約した。しかし、通信料は安くならず、機器代金も高額である。解約したい。

3 不実告知（法4条1項1号）

重要事項について、「契約の目的となるもの」に限定しているため、動機が含まれない。契約するかの判断要素になっていることが多いにも関わらず、動機が含まれないと解釈すると救われないケースが多数あるため、特定商取引法レベルにしてほしい。また、「勧誘」については、通信販売における広告だけでなく、量販店においても、広告を見て購入の意思決定をすることを考えれば、「広告」を「勧誘」に含めるよう、一步踏み込んだ定義にしてほしい。

<事例9>

今まで預金しかしたことがないが、銀行の窓口で「新しく元本確保型の投資信託がでたので安心」と説明され、信用して購入した。しかし、満期になったら大きく元本割れした。元本保証だと思っていたがデリバティブが組み込まれていた投資信託と分かった。銀行ではその説明は一切なく、パンフレットにも記載がない。

- ・「元本確保」との表示は消費者には「元本保証」と同義と認識され、不実告知であると思われるが、相手方からは、まったく異なるものであり、説明義務を尽くしていると反論される。

<事例10>

新築マンションの鍵の引き渡しを受けた日、部屋にいたところ、業者が来訪した。「管理組合から依頼されて来た。引越し前にカビ止め施工をしたほうがよい。他の入居者もみんなやっている。」と言われ、契約した。施工後、管理組合からの紹介ではなく、他の入

居者もやっている人は少ないとわかった。そうであれば契約しなかった。

4 断定的判断の事項（法4条1項2号）

財産上の利得に限られるという解釈があるため、その他の利得についての適用は裁判例はあるが、条文で解釈できるようにしてほしい。エステ、美容医療等で、「必ずにきびが治る、将来しみができない」など、学習教材や講座で、「必ず成績が上がる、必ず資格取得できる」などがある。

■美容関連

<事例11>

路上で痩身エステが体験できると声をかけられ店に行った。施術後、高額だがこのエステコースを受ければ必ずやせると言われ、契約をしてしまった。しかし施術を受けても肌が赤くなって痛いだけで何の効果もあがらなかった。苦情を言ったが、全部受ければ効果があると言われ我慢してコースの大半を受けたが、全く効果がなかった。必ず効果があると言ったのだから返金してほしい。

■学習等

<事例12>

家庭教師を勧める電話の後に来訪したセールスマンから「ベテランの教師を派遣するので必ず成績が上がる」と説明を受けて、小学4年の息子に週に1回指導に来てもらう契約をした。さらに、指導するには教材が必要と言われて、小学4年～6年の3年分の5科目の教材を購入した。派遣された教師は教え方が下手で、息子の成績が下がってしまったため、解約を求めた。「家庭教師はやめられるが、教材はすべて引き渡し済みであり返品には応じられない」といわれた。一部しか使用していないのに納得いかない。

5 不利益事実の不告知（法4条2項）

「利益について説明して」「故意に」「不利益事実について説明しなかった」ことが要件。故意に不利益事実を説明しなかったことは、消費者からは立証困難であり、4条2項はほとんど使うことができない。「故意」でないとしても、一般消費者にとって重要な「不利益事実」を告げていない場合は、取消せるとしてほしい。

■通信サービス

<事例13>

パソコンとセットでモバイル Wi-Fi ルータを購入すればパソコンを値引く、WiFi ルータを使えばどこでも利用できるし光回線と同じ速さと言われた。自宅の光回線を解約して利用することにした。しかし、自宅が通信サービスのエリア内であると確認して契約したのに、自宅ではほとんどネットが使えない。

6 不退去、監禁以外の困惑、状況の濫用

不退去、監禁がなくても、戸惑ったり動揺したり、心理的にも事実上も退去妨害に他ならないの困惑状況から契約する場合もある。親切にしてくれたとか親しい人の勧めなど、困惑にはならないが、断れない状況に置かれる場合がある。男女間の感情を利用したデート商法、上司や先輩などによる勧誘が行われる連鎖販売取引などのケースについて、状況の濫用規定が必要である。

■電話勧誘

電話勧誘は、隔地者間のやり取りであっても、手紙などとは違い直接的に勧誘を受けるため影響が大きく、威迫され困惑するケースが多い。

<事例14>

知らない事業者から、「先日注文いただきました健康食品が出来上がりました。本日送ります」と電話がかかって来た。「注文していない。送られては困る」と言ったところ、「注文を受けた記録が残ってるんだ。ふざけるな。すぐに届けるからな。」と怒鳴られ、怖くて了解してしまった。今日、健康食品が届いたので代金着払いで受け取ってしまった。返金してほしい。

■喫茶店・ファミリーレストランなどでの勧誘

自由に退去できたはずであるとして、退去妨害を認めない事例が多い。威迫・困惑、あるいは断れない状況を作って契約させる事例が多くみられる。

<事例15>

投資用マンションの勧誘電話がしつこく勤務先にあり、周りが気になって、はっきり断るために、勤務後、会社近くの喫茶店で会った。断っているのに長く話をされ、10時を過ぎてしまった。はっきり断って帰ろうとしたら、「こんなに長時間説明させて断るのか。それが社会人のすることか。土下座して謝れ」と怒鳴られた。仕方なく、また話を聞き、契約すると言ってしまった。

■デート商法

デート商法とは、異性の販売員が名簿によりアポイントを取り、デートのような状況を作り恋愛感情を利用して、アクセサリー等を購入させることである。最近では、婚活サイトなどで知り合った相手から、将来のための財産形成や資産運用と持ちかけられ、投資用マンションを購入してしまったという相談も増えている。

<事例16>

男性から街で「時計のアンケートに答えてほしい。抽選で時計を差し上げます」と言われてアンケートに答えて、メールアドレスを教えた。その夜、その男性から「君とはとても合う気がする。君にもう一度会いたい」などのメールが10何通もあった。「新しく開くお店の印象を聞きたいから買わなくていいので、ぜひ来て欲しい」と言われ、休み

の日に行った。「女性は今後絶対に必要なジュエリーがある。年齢相応のダイヤモンドがよい」などと勧められ、100万円前後のダイヤモンドのネックレスを買ってしまった。解約したい。

<事例17>

婚活サイトで知り合った男性と、数回会って食事をした。男性は投資コンサルタントをしていると言い、投資の話聞いた。資金運用の勧誘かと聞いたら、男性が急に怒り出して数時間口論になった。ケンカになったが、本音を言い合えたように感じ、男性を信じられるようになった。「お金の使い方を教えてあげる」と言われ、後日会った時に「君にはマンション投資が向いている」と言われた。さらに詳しく聞くため、日を改めて男性の職場へ行くことになり、源泉徴収票を持って来るよう言われた。男性から「節税対策、年金の足しにもなる。家賃保証もあって、借り手がいなくても大丈夫」と言われた。不安はあったが、男性を信じたい気持ちもあり、いくつかの書類にサインをした。女性社員が脇で録音しながら「これを買うと何かしてあげるなどのセールストークはなかったか」など確認していた。数日後、男性と、マンション販売業者の事務所へ本契約のために出向いた。契約書にサインし、男性と売主業者と3人で銀行へ行き、融資の手続きをしたが、その後、男性と会えていない。

7 取消し期間（法7条）

「追認することができる時から6ヶ月」「契約締結の時から5年」。

困惑から開放されたり、事実でないことに気が付いても、どこに相談してよいかわからないまま時間経過する、事業者申し入れても拒否されてあきらめてしまう、心理的な圧迫から困惑から開放されないなどがあり、6ヶ月は短い。また、事業者の問題が社会的に取り上げられて初めて、自分の被害に気が付く場合もあり、5年経過しての相談もたびたびある。

<事例18>

数年前に、性格を変えられる、就職活動に役立つ、人脈が作れるなどの勧誘を受け自己啓発講座を受講した。しかし受講により精神的に傷つき、うつ病となった。最近になって少し回復してきた。自己啓発講座の契約を取消して返金してほしい。

<事例19>

職場への電話勧誘で、どうしても契約する必要があると言われて、数年間に亘り次々と教材や講座の契約を繰り返してきた。最近、これらの契約をする必要がなかったと気がついた。返金してほしい。

8 事業者の損害賠償責任を免除する条項（8条1項）

<事例20>

スポーツクラブの会則に「次の各号に該当するとき、会社は、施設の全部または一部の

閉鎖、もしくは休業をすることができます。あらかじめ予定されている場合は、原則として 1 カ月前までに会員に対してその旨を告知します。但しこれにより会員の会費支払い義務が軽減されたり免除されたりすることはありません」との条項があり、その 2 号に「施設の増改築、修繕または点検によりやむを得ないとき」の規定があった。施設が使用できないのだから会費を返金してほしい。

- ・本協会が差止を請求（裁判外）したところ、相手方は、条項本文に「この場合、当該閉鎖や休業の原因、理由、期間などにより、法令の定めまたは会社が認める場合を除き、会員の会費支払義務が減免されたり免除されることはありません」との部分を追記した。

- ・これでは消費者から見て理解しやすいとは評価できず、さらに改正の必要があると要請したが、相手方は次回の検討を約束したことにより終了せざるを得なかった。

9 消費者が支払う違約金等の額を過大に設定する条項（9 条 1 号）

業界の平均額ではなく、合理的に算出された平均額とされているため、事業者から説明を求めるしかない。得べかりし利益、商品の消耗分、契約締結費用についての証明責任が消費者側にあるという解釈になっているが、証明は困難である。また、消費者が理解できるよう、平易な約款にしてほしい。

<事例 2 1>

結婚式場の下見に行ったら、とりあえず日程を決めてほしいと言われ、日程だけ決め契約書に署名し 10 万円を支払った。翌日キャンセルを連絡したら、キャンセルはできるが、規約により申込金は返金できないと言われた。

<事例 2 2>

夫の浮気の調査を調査会社に頼んだが、料金が高額なので、その日に思いなおしてやめると連絡したが、調査開始後なので全額支払うようにと言われた。まだ何もしていないはずなのに納得できない。

10 消費者の利益を一方向的に害する条項（10 条）

10 条においては、包括規定であるためもあるが、条文が消費者の理解を越えて難解であり、「内容が理解できない」との多数の声がある。消費者契約法は消費者に理解されなければ意味がない。平易簡明な分かりやすい条文にするべきである

<事例 2 3>

有料老人ホームに入居後に他の住人とトラブルがあり、7 か月後に退去したら、支払った入居一時金（夫婦合わせて約 3500 万円）の 30%を初期償却金としてまず控除され、それから 7 カ月分の家賃を引かれて返金されるという。確かに規約に書かれているが初期償却金が高すぎる。

- ・本協会が差止請求をした。相手方の規約には「契約が解除された場合は入居一時

金から初期償却（非返還対象分）を差引いて返還する。初期償却は通常価格では15%であり、年齢割引プランでは30%と設定している」となっていた。

- ・相手方から「通常価格では初期償却を行わない。年齢割引価格の場合は5%と設定する」と回答があった。

- ・入居一時金から初期償却（非返還対象分）を差引いて返還することは、相手方以外にも広く有料老人ホーム業界に行われている慣行であり、業界団体も所管庁も認知していた。

- ・有料老人ホームのサービスの法的性格から言っても、入居一時金は建物賃貸借の賃料の前払いであり、初期償却（非返還対象分）を差引いて返還することは合理性がなく、消費者の権利を著しく阻害し義務を加重するものと指摘した。なおその後、老人福祉法が改正され（施行24年4月1日）、前払い金から権利金その他金品を受領することができなくなったと解される。

1.1 広告表示

折込みチラシや雑誌広告を見て健康食品や化粧品の効能効果を信じて購入したが、効果がなかったという場合、通信販売取引の規制は表示義務だけである。行政からは合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができるが、現実の被害回復は困難である。

また、量販店などで購入する場合、消費者は広告や表示を見て購入の意思決定をする。通販に限らず対面販売であっても広告・表示が勧誘となっているのは同じである。

<事例2.4>

折り込みチラシを見て、「食べるだけで痩せるクッキー」「効果がなかったら返金します」という折り込みチラシを見て申し込んだ。全く効果がなかったため、返金してほしいと電話をしたところ、順番に返金していると言われた。その後連絡不能になった。

1.2 媒介者の法理

クレジットカード決済の取引が増加しているが、多くはマンスリークリアであることから抗弁の接続できない。販売会社からの返金が望めない場合、媒介者の法理を利用することになるが、クレジット契約について確定的な判断となっていないため現実には利用することが困難である。

1.3 適合性原則

高齢者、若者、障害者などに対する販売が行われ、紛争が多数生じている。知識、経験、資産、職業などの適合性原則を消費者契約法に導入する必要がある。適合性、必要性を考慮しその人に適合しない契約をさせないように、特定商取引法の指示行為を踏まえた考え方を取り入れてほしい。

- ・高齢者への電話勧誘による皇室写真集の販売、絵画・俳句等の出展契約や、着物、宝

石の店舗販売

- ・知的障害者等へのキャッチセールスによる宝石等の販売
- ・若年者等、購入経験がなく、商品の価値判断ができない者への宝石、絵画等の価値判断困難な商品の販売
- ・高齢者・若者・障害者でもない、一定程度社会経験があると判断される者であっても、最近の商品の性能・サービスの内容が高度複雑化しているために、それまでの経験では判断できないケースが多数ある。

<事例 2 5>

56 歳、主婦、若干不自由な体でありホームヘルパーに頼る生活。過去にオプション取引で損害を受け、被害回復のためと言われ 700 万円の詐欺にあった。その被害を取り戻すために調査会社と契約したが、解約したい。

<事例 2 6>

友人から、就職活動に役立つ女性だけのセミナーに誘われた。セミナーを受講すると女性がこれから活躍するために必要な知識を得られ、高級なラウンジを自由に使えるなど説明された。36 万円かかるというので、自分は月 4 万円の収入しかないからと断った。その後、友人と遊ぶために再度サロンに行ったところ、営業の人と友人から、「こんなすばらしいセミナーを受講しないのはもったいない。お金がないことでやりたいことをあきらめるのはおかしい。友人は自分を勧誘しても 1 円ももらわないが、いいものを紹介したいだけ」と言われ、契約をしたが支払い困難である。

1 4 不招請勧誘

必要としていない人への勧誘、断っている人への再勧誘の規制は、一部の取引にしかない。今後、いろいろな取引形態で出てくる可能性があり、その都度、後追いで特商法等で規制をかけるのであれば被害拡大してからの対処となる。消費者契約全般にわたって規制ができるようにする必要があると思われる。適合性原則で保護しようとしても、契約時点で実際に適合性がなかったと立証することは容易ではない。不招請勧誘規制を導入することが必要である。少なくとも、再勧誘の禁止規定を導入してほしい。

参考

《特定商取引法 業務提供誘引販売取引》

法52条 その業務提供誘引販売業に関して提供され、又はあっせんされる業務を事業所等によらないで行う個人

通達 法人及び事業所等を構えて業務を行う個人は、一般的に商取引に習熟したものと考えられ、これら条項による保護の対象とするまでの必要がないものと考えられることから、適用を除外したものである。

また、事業所等を有していても、内職等の業務を当該事業所で行わない場合、例えば、店舗を構えてある分野の事業を行っている個人事業主がその分野と無関係の業務として内職を行うような場合には本法の適用対象となる。「事業所とは当該業務を行うことを目的とし、相当程度の永続性を有する施設を意味する。例えば、自宅とは別に店舗や事業専用の場所を構えて、そこで永続的に業務を行う場合や、関係する業規制法上の許可や届出等の適正な手続きをした上でこれに対応した実質のある事業を行っているような場合については、一般的にこの「事業所等」に該当すると考えられ、このような場所で業務を行なう個人は、通常、これら条項の適用の対象外となる。

《特定商取引法 訪問販売》

(指示)

第七条 主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者が第三条、第三条の二第二項若しくは第四条から第六条までの規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

・・・

三 正当な理由がないのに訪問販売に係る売買契約であつて日常生活において通常必要とされる分量を著しく超える商品の売買契約の締結について勧誘することその他顧客の財産の状況に照らし不相当と認められる行為として主務省令で定めるもの

四 前三号に掲げるもののほか、訪問販売に関する行為であつて、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして主務省令で定めるもの

特定商取引法施行規則 訪問販売

第七条 [法第七条第四号](#) の主務省令で定める行為は、次の各号に掲げるものとする。

・・・

二 老人その他の者の判断力の不足に乘じ、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。

三 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を行うこと。

《特定商取引法 連鎖販売取引》

(指示)

第三十八条

1

...

四 前三号に掲げるもののほか、その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売契約に関する行為であつて、連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益を害するおそれがあるものとして主務省令で定めるもの。

特定商取引法施行規則 連鎖販売取引

第三十一条 [法第三十八条第一項第四号](#) の主務省令で定める行為は、次に掲げるものとする。

...

六 未成年者その他の者の判断力の不足に乘じ、連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約を締結させること。

七 連鎖販売取引の相手方の知識、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を行うこと。