

消費者契約法に係る ADR・相談事例の考察 (状況の濫用、不退去・退去妨害以外の困惑類型についての整理)

1. 本資料の目的

不当勧誘行為に関する一般規定（状況の濫用）及び不退去・退去妨害以外の困惑類型として分類した事例の多くには、消費者が合理的な判断をすることができない状況にあり、それが悪用されているという共通点がある。

もっとも、消費者の置かれた状況は様々であり、これを一律に議論することは適切ではない。そこで、議論の参考のために、消費者の置かれた状況を整理したのが、本資料である。

2. 対象事例

不当勧誘行為に関する一般規定（状況の濫用）

【ADR 1】、【発 1 事例 1】、【発 1 事例 2】、【発 1 事例 3】、【発 1 事例 4】、
【発 2 事例 4】、【発 3 事例 1】、【発 4 事例 1】、【発 4 事例 2】、【発 4 事例 3】、
【発 4 事例 4】、【発 5 事例 1】、【発 5 事例 2】、【発 5 事例 3】、【発 5 事例 5】、
【発 6 事例 1】、【発 6 事例 2】、【発 8 事例 1】、【発 12 事例 3】、【発 13 事例 2】、
【発 15 事例 2】

不退去・退去妨害以外の困惑類型

【ADR 7】、【ADR 9】、【発 8 事例 1】、【発 10 事例 5】、【発 11 事例 4】、
【発 12 事例 3】、【発 14 事例 1】、【発 14 事例 2】

3. 消費者の置かれた状況の分析

【消費者が拒絶することが困難な場面が作出され、かつ、威迫的な言動がなされて、合理的な判断をすることが極めて困難な状況だったケース】

ADR 1 では、布をかけてもらってはいたが全裸で手術台に横になっているときに、酷い状態に写真を見せられて高額な手術を勧められている。

【威迫的な言動により合理的な判断をすることが困難な状況におかれたケース】

● 法的な言動がなされたパターン

ADR 7 では、違約金が発生する等を強く言われて、仕方なく 1 万 2600 円を支払っている。

発8事例1は、消費者は、録音している、裁判にかける等を告げられたので、仕方なく承諾をしている。

発12事例3は、突然、全く身に覚えの投資の話をしたうえで、警察沙汰になりあなたも罪になるなどと言われて300万円を現金で渡している。

発14事例1では、支払わないと裁判にして、裁判費用も払ってもらおうと告げられたので、約3万円を支払っている。

● そのほか

ADR9では、透視をしたら悪いものがついている等を言われ、払えないと断っても怒鳴られるため42万円を支払っている。

発14事例2では、代引配達を拒否したところ、30分以上もまくし立てられるように支払いを迫られ、恐ろしくなり、約2万円を支払っている。

【人的な関係を利用され拒絶することが困難な状況が作出されたケース】

発1は、友人や先輩から誘われて高額な投資用DVDの勧誘を受けることになったトラブルであり、人的な関係から拒絶することが困難な状況におかれている。

発2事例4も、同級生同席の勧誘で帰れない雰囲気になってしまったというトラブルであり、人的な関係から拒絶することが困難な状況におかれている。

なお、発5の各事例の婚活サイトなどで知り合った異性から投資用マンションの購入を勧められるトラブルも、人的な関係から拒絶することが困難な状況が発生していると考えられる。

【勧誘の時刻・時間に問題があると考えられるケース】

発3事例1は、夜の9時頃から1時間勧誘されている。

発11事例4では、4時間という長時間勧誘の結果、契約を承諾している。

【勧誘目的が隠匿されていたケース】

発5の各事例は、婚活サイトで勧誘者と面識を得ており、勧誘目的が隠匿されている。

発10事例5は、販売目的を隠匿してドアを開けさせ、洗剤等を玄関に置くなどの強引な販売手法により契約するに至っている。

発15事例2では、消費者は、一人暮らしのアパートに「電波の確認に来た」と訪問があったので、管理会社から依頼を受けた事業者だと誤解して家に入れ、勧誘を受けている。

【消費者の親切心が悪用されたケース】

発4事例1～4は、人助けをするつもりであったところをつけこまれてしまったケース

である。

【消費者の誤解している状況が利用されているものの合理的な判断をすることが困難とはいえないケース】

発 13 事例 2 では、消費者は、電話で利用しているプロバイダーのプラン名を告げられたので、契約している会社からの電話だと誤解している。

発 15 事例 2 では、消費者は、一人暮らしのアパートに「電波の確認に来た」と訪問があったので、管理会社から依頼を受けた事業者だと誤解して家に入れ、勧誘を受けている。

これらの事例では、事業者が消費者の誤解を利用している可能性があると考えられるものの、消費者が合理的な判断をすることが困難な状況におかれているわけではないと思われる。

【消費者の判断能力が低下している状況が利用されているケース】

発 6 事例 1・2 では、消費者の判断能力が低下しているという状況が悪用されている。

なお、他の事例では多かれ少なかれ状況の作出に事業者が関与しているが、発 6 事例 1・2 では、状況の作出については、事業者は関与していない。

4. 評価

【消費者が拒絶しがたい場面であり、かつ、威迫的な言動がなされて、合理的な判断をすることが極めて困難な状況を悪用されたケース】では、意思形成過程に大きな瑕疵が生じていたと評価できないか。

【威迫的な言動により合理的な判断をすることが困難な状況におかれたケース】でも、意思形成過程に瑕疵が生じていたと評価できないか。

【人的な関係から合理的な判断をすることが困難な状況におかれたケース】、【時刻・時間に問題があると考えられるケース】、【勧誘目的が隠匿されていたケース】、【消費者の親切心が悪用されたケース】は、正常な意思形成過程ではなかったものの意思形成過程に瑕疵が生じていたと評価できるかどうかは意見が分かれると思われる。

【消費者の誤解している状況が利用されているものの合理的な判断をすることが困難とはいえないケース】は、意思形成過程に問題があったとはいいがたいが、消費者の誤解している状況を利用する行為をどのように評価するのか意見が分かれると思われる。

【消費者の判断能力が低下している状況が利用されているケース】では、消費者の意思形成過程に問題はあったものの、事業者がその状況の作出に関与していないため、事業者は契約の取消し等の影響を及ぼすことができるかどうかは評価が分かれると思われる。