

合理的判断ができない事情の不当な利用に関する取消権について（第6回）

消費者が合理的な判断をすることができない事情を不当に利用して、事業者が消費者を勧誘し契約を締結させた場合における取消権を消費者契約法に規定することについて、どう考えるか。

【本資料の内容】

第1. 消費者の判断力に着目した規定（考え方Ⅰ）	2
1. 本研究会における議論の状況	2
2. 検討	3
3. 適用対象となり得る事例	8
第2. 「浅慮」「幻惑」という心理状態に着目した規定（考え方Ⅱ）	9
1. 「浅慮」という心理状態に着目した規定	9
(1) 本研究会における議論の状況	9
(2) 検討	10
(3) 適用対象となり得る事例	12
2. 「幻惑」という心理状態に着目した規定	13
(1) 本研究会における議論の状況	13
(2) 検討	13
(3) 適用対象となり得る事例	16
第3. 困惑類型の包括的規定（考え方Ⅲ）	18
1. 本研究会における議論の状況	18
2. 検討	19
3. 適用対象となり得る事例	24
【参照条文】	25

以下は、本研究会における議論の状況に照らして、更に議論を深める必要があると思われる点について検討したものである。

第1. 消費者の判断力に着目した規定（考え方Ⅰ）

1. 本研究会における議論の状況

〔第4回における事務局案（概要）〕¹

- ・①判断力の著しく低下した消費者が、②不当な内容の契約を締結した場合には、契約を取り消すことができる旨の規定を設けることが考えられる。
- ・②について、（ア）消費者の生計に著しい支障を生じさせる契約について消費者に取消権を付与することを原則としつつ、（イ）被害予防の観点から、親族等の適当な第三者が、契約の締結に同席するなどの一定の関与をした場合には、例外的に契約の取消しができないこととする旨が考えられる。
- ・①・②の要件に加えて、事業者が消費者の判断力の低下を知りながら勧誘をしたという事業者の主観的要件を定めることも考えられる。

研究会では、第三者の関与という契約締結プロセスに着目する考え方自体については異論がなかったものの、更に検討すべき課題として、概要、以下の指摘があった。

まず、対象となる契約を「消費者の生計に著しい支障を生じさせる契約」としている点（②（ア））について、相手方の生計に著しい支障を生じさせるか否かを事業者がどのように把握するのかが問題になるという指摘があった。

次に、親族等の適当な第三者が契約の締結に関与する点（②（イ））について、親族又は第三者による悪用の防止策を考える必要があるという指摘や、高齢者は家族に遠慮して言いたいことが言えないこともあることからすると、専門家に助言を求める機会を与えることによって適当な第三者が関与することも考えられるという指摘があった。

また、適当な第三者が契約の締結に関与した場合の効果について、取消権の制限ではなく、不当勧誘ではなかったという評価に取り込むことなども考えられるという指摘があった。

なお、第三者の範囲について、代理権の有無ではなく、同居の親族等ある程度解釈で対応できるようにするという意見や、②の要件を適切に設定すれば、判断力の著しく低下した消費者（①）に限定する必要はないとも思われるので、検討してはどうかという意見があった。

¹ 第4回資料2（消費者庁提出資料）の9頁以下を整理したものである。

2. 検討

[検討のまとめ]

- 対象となる契約をどのように具体化するか。(i) 契約内容に着目し、例えば、不動産その他重要な財産に関する権利の得喪を目的とする契約とすることや、(ii) 消費者の財産状況に着目し、例えば、契約金額が消費者の収入(月収等)を著しく上回る場合とすることが考えられるのではないか。(ii)については、事業者が消費者の財産状況を知っていた場合に限定することも考えられるのではないか。
- 契約締結に関与する適当な第三者をどのように具体化するか。(i) 親族に限定し、例えば、配偶者、直系血族及び同居の親族とすることや、(ii) 親族の中でも意思決定支援チームの一員である者とすること、(iii) 見守り等の活動を行う者のうち契約の締結に関与することに適している専門家とすることが考えられるのではないか。
- 適当な第三者が契約の締結に関与した場合の効果について、(i) 取消権を制限することや、(ii) 適当な第三者が関与していることを勧誘の不当性を低下させる考慮要素とすることが考えられるのではないか。

- 対象となる契約を「消費者の生計に著しい支障を生じさせる契約」としている点について、どのように具体化するか。

まず、(i) 契約内容に着目し、例えば、不動産その他重要な財産に関する権利の得喪を目的とする契約に限定することが考えられる。(事例1)(生活の本拠を含む所有不動産を廉価で売却したという事案)のみならず、物品を購入する契約であっても、相当の対価を伴う有償の契約である限り、重要な財産に関する権利の得喪を目的とする契約に該当しうるものと考えられる。

- ・民法が、保佐人の同意を要する被保佐人の行為として、「不動産その他重要な財産に関する権利の得喪を目的とする行為をすること」を挙げていることが参考となり得る(第13条第1項第3号)。この規定において、「重要な財産」には多額の債権等が含まれるものと解されている。また、相当の対価を伴う有償の契約である限り、雇用契約(労働契約)・委任契約・寄託契約等の他人の労務の提供を受ける契約や、介護契約・施設入所契約等のような身上監護を目的として他人の労務の提供を受ける役務提供契約も、「重要な財産に関する権利の得喪を目的とする行為」に該当するものと解されている²。

² 小林昭彦・原司『平成11年民法一部改正法の解説』(法曹会・平成14年)105頁。

- ・また、民法は、成年被後見人・被保佐人の行為能力を制限しているところ、制限の対象から「日用品の購入その他日常生活に関する行為」を除外していることも参考となり得る（第9条ただし書き、第13条第1項ただし書き）。「日常生活に関する行為」の典型的な例としては、条文上明示されている「日用品の購入」（食料品・衣料品の購入）のほか、電気・ガス・水道等の供給契約の締結、それらの利用に係る対価（料金等）の支払い、それらの経費の支払いに必要な範囲の預貯金の引出し等が想定されている³。
- ・また、重要な財産については手続的な要件を課している例として、民法において、成年後見人に包括的な財産管理権を与えつつ、成年後見人が成年被後見人の居住用不動産を処分する場合には家庭裁判所の許可と必要としていることが参考となり得る（民法第859条の3）。

また、(ii) 消費者の財産状況（消費者の収入、預貯金等の消費者が保有する資産）に着目し、当該契約が当該消費者の生計に著しい支障を生じさせるか否かを判断することが考えられる。

具体的には、消費者の収入に着目し、契約金額が消費者の収入（月収等）を著しく上回る場合を規律することが考えられる。（事例2）について、事案の詳細は不明であるが、契約金額が当該消費者の収入を著しく上回り、生計の維持を著しく困難としている可能性もあるように思われる。

もっとも、このような消費者の収入に着目した規律を定めた場合、十分な資産を有する消費者が収入を上回る金額の契約を締結したときも適用され得ることになるので、消費者の資産にも着目して適用範囲を制限すること等について更に検討する必要があると思われる。

いずれにせよ、(ii) 消費者の財産状況に着目した規定を設ける場合には、貸金業法において、年間の収入額等に応じて定まる一定の額を超える貸付けが禁止されていることや（第13条の2）、割賦販売法において、購入者の資産も踏まえて定まる個別支払可能見込額を超える場合の個別信用購入あっせん関係受領契約の締結が禁止されていること（第35条の3の4）が参考となり得る。もっとも、研究会で指摘があったように、貸金業法や割賦販売法の規定は、いずれも事業者が消費者の財産状況を調査する義務を課した上で⁴、一定の契約については事業者の契約締結を禁止する旨を定めている。消費者契約一般に適用される消費者契約法において、事業者が消費者の財産状況調査義務を負わせることが適切かという問題があり、かかる義務を定めないとすると、(ii) の規定を設ける場合

³ 小林昭彦・原司『平成11年民法一部改正法の解説』（法曹会・平成14年）82頁。

⁴ 貸金業法において貸金業者は顧客等の返済能力を調査する義務を負う（第13条）。また、割賦販売法において個別信用購入あっせん業者は購入者の個別支払可能見込額を調査する義務を負う（第35条の3の3）。

には、事業者が消費者の財産状況（例えば、契約金額が消費者の収入（月収等）を上回ること等が考えられるが、更に検討を要する。）を知っていた場合に限定することも考えられる。

なお、仮に、事業者が消費者の財産状況を知っていたことを要件とする場合であっても、個別具体的な財産状況の認識まで必要となるものではないと考えられる。例えば、年金で生計を立てている消費者であれば、そこからおよそその収入を推測することが可能であるから、年金で生計を立てていることを事業者が知っていれば、当該要件に該当し得るとすることが考えられる。

○ 契約締結に関与する適当な第三者をどのように具体化するか。

(i) 親族に限定する場合は、例えば、配偶者、直系血族及び同居の親族とすることが考えられる。

- ・直系血族及び同居の親族は互いに扶け合う義務を負うこと（民法第730条）、夫婦は互いに扶助の義務があること（同第752条）が参考となり得る。なお、参考として、配偶者及び4親等内の親族には成年後見開始の審判に係る申立権があり（民法第7条）、直系血族及び兄弟姉妹は互いに扶養する義務がある（同第877条第1項）。

これらの者は、判断力が低下した消費者（本人）にとって身近な存在であり、本人の意思決定を適切に支援することが典型的に期待できる。証券業界ガイドラインでは一定の場合における親族の同席が定められており、金融庁の保険会社向けの監督指針でも親族等の同席が適切な取組みの例として挙げられている。

- ・日本証券業協会の「高齢者への勧誘による販売に係るガイドライン」では、「外交先で勧誘留意商品⁵の勧誘を行う場合には、原則として当日の受注を行わないこととすることが適当であると考えますが、高齢顧客の家族が同席し、一緒に説明をお聞きいただき、高齢顧客が勧誘留意商品の購入を希望する場合には、同席した家族から買付けに同意する旨を『貸付指示書』に署名していただいた後、高齢顧客から当該『貸付指示書』を受け入れることで、その場での受注を行ってもよいと考えます」と定められている。あわせて、「なお、高齢顧客との取引に関して家族の同席・同意を求める目的は、ご家族に高齢顧客の様子を見守っていただき、高齢顧客が当該商品について理解したうえで買付けを行う意向があることを確認していただくことにありますから、『家族』の定義についてはこの趣旨を勘案して各社において定めればよいと考えます」と定められている⁶。

⁵ 協会員が適合性の原則に基づいて高齢顧客に勧誘しても問題がないと考えられる商品の範囲をできるだけ具体的に定めたもの以外の商品（同ガイドライン3頁参照）。

⁶ 以上について、同ガイドライン7頁。

・金融庁の「保険会社向けの総合的な監督指針」（金融庁ウェブサイト）では、「高齢者に対する保険募集は、適切かつ十分な説明を行うことが重要であることにかんがみ、社内規則等に高齢者の定義を規定するとともに、高齢者や商品の特性等を勘案したうえで、きめ細やかな取組みやトラブルの未然防止・早期発見に資する取組みを含めた保険募集方法を具体的に定め、実行しているか。」「その際の実施方法としては、例えば、以下のような方策を行うなどの適切な取組みがなされているか。」として、4つの取組みの一つとして「保険募集時に親族等の同席を求める方法」が挙げられている。

その一方で、研究会で指摘があったように、利益相反等の理由から、親族が本人の意思決定を支援する者として常に適切であるとは限らないという問題もある。

そこで、親族以外の者に目を向けると、福祉の分野では、認知症の人（認知症と診断された場合に限らず、認知機能の低下が疑われ、意思決定能力が不十分な人を含む。）の日常生活・社会生活における意思決定を支援するという取組みが進められている⁷。社会生活における意思決定支援としては、自宅からグループホーム等に住まいの場を移動する、ケアサービスを選ぶ、自己の財産を処分する等が想定されている⁸。また、消費者被害防止に関する分野では、福祉との連携を図りながら、判断力が低下した消費者（消費者安全法における「消費生活上特に配慮を要する消費者」）を地域で見守る取組みが進められている。これらの取組みと連携し、例えば、(ii) 親族の中でも意思決定支援チームの一員である者とする事や、(iii) 見守り等の活動を行う者のうち、契約の締結に関与することに適している専門家とすることが考えられる。

(i) ~ (iii) のいずれの考え方を採用するにしても、判断力が著しく低下している消費者を、本人以外の者ひいては社会がどのように支えるかという問題でもあり、見守り等の取組みや成年後見制度との役割分担を考慮しつつ検討を進める必要があると考えられる。

・福祉の分野では、家族、医療関係者、介護関係者、成年後見人等が意思決定支援チームを組織し、本人も含めた話し合い（会議）によって、認知症の人の意思決定をプロセスとして支援するという取り組みが進められており、平成30年には厚生労働省がガイドラインを策定した。このガイドラインの中では、「同居しているかどうかを問わず、本人の意思決定支援をする上で、本人をよく知る家族は本人を理解するために

⁷ 厚生労働省「認知症の人の日常生活・社会生活における意思決定支援ガイドライン」（平成30年6月公表）。

⁸ 同ガイドライン9頁。

欠かすことはできない。したがって、本人をよく知る家族が意思決定支援チームの一員となっていていただくことが望ましい」とされている⁹。

- また、平成 26 年に改正された消費者安全法においては、関係機関により構成された消費者安全確保地域協議会が、消費者安全の確保のため、消費生活上特に配慮を要する消費者と適切な接触を保ち、その状況を見守ることその他の必要な取組みを行う旨が定められており（第 11 条の 3、第 11 条の 4）、行政の消費者行政担当部局や福祉関係者等が構成員となり連携しながら見守り活動を行うことが進められている¹⁰。
- 消費者庁「地方公共団体における消費者安全確保地域協議会設置事例」には 15 の事例が掲載されているところ、(i) 福祉関係部局を構成員とするものが 14 個、(ii) 警察を構成員とするものが 13 個、(iii) 地域包括支援センターを構成員とするものが 11 個、(iv) 民生委員、児童委員、民生・児童委員協議会を構成員とするものが 11 個、(v) 社会福祉協議会を構成員とするものが 11 個、(vi) 事業者、事業者団体を構成員とするものが 11 個である¹¹。
- 社会福祉協議会は、判断能力が不十分な方（認知症高齢者、知的障害者、精神障害者等であって、日常生活を営むのに必要なサービスを利用するための情報の入手、理解、判断、意思表示を本人のみでは適切に行うことが困難な方）が地域において自立した生活を送れるよう、利用者との契約に基づき、福祉サービスの利用援助等を行う事業を実施している（日常生活自立支援事業）。援助の内容は、(i) 福祉サービスの利用援助、(ii) 苦情解決制度の利用援助、(iii) 住宅改造、居住家屋の貸借、消費生活上の消費契約及び住民票の届出等の行政手続に関する援助等で、これらの援助に伴う援助として、預金の払い戻し、預金の解約、預金の預け入れの手続等利用者の日常生活費の管理（日常的金銭管理）や、定期的な訪問による生活変化の察知を実施している。自立生活支援事業に基づく支援は、利用者との契約に基づくものであり、利用者は、当該事業の契約の内容について判断し得る能力を有していると認められることが要件とされている¹²。

⁹ 同ガイドライン 8 頁。

¹⁰ 消費者庁「消費者安全確保地域協議会設置の手引き」（平成 31 年 4 月公表）、同「消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）設置事例集in徳島」（平成 31 年 3 月公表）等。

¹¹ 消費者庁「地方公共団体における消費者安全確保地域協議会設置事例」の（付録）事例集に掲載する地域協議会の構成員表を参照

¹² 「日常生活自立支援事業」〔厚生労働省ウェブサイト〕を参照。

○ 適当な第三者が契約の締結に関与した場合の効果はどう考えるか。

(i) 取消権を制限することのほか、研究会における指摘を踏まえると、契約の締結に関与する第三者に過大な責任を負わせないようにする等の観点から、

(ii) 適当な第三者が関与していることを勧誘の不当性を低下させる考慮要素とすることが考えられる。

この点は、適当な第三者をどのように設定するかという上記の課題と連動するものと考えられる。すなわち、取消権の制限という強い法的効果を伴うのであれば、適当な第三者の範囲は、配偶者、直系血族及び同居の親族というように、明確に定める必要がある。これに対し、不当性の考慮要素というより弱い効果にとどめるのであれば、ある程度幅を持たせた定め方をすることも許容され得るように思われるが、取消権の制限と比較すると規律としての明確性が後退するところであり、更に検討する必要があると考えられる。

3. 適用対象となり得る事例

事例 1 判断力が低下している者が所有している不動産の廉価での買取り¹³

Xは、客観的交換価値が少なくとも1億3130万円はある本件各不動産（Xの生活の本拠を含む）を、Yに6000万円で売却した。本件売買当時、Xは金融機関からの借入金の返済を遅滞し、競売等に付されるかもしれないなどの切迫した状況にあり、Xは本件売買によって借入金を返済したものの、今後の生活費等は手元に全く残らなかった。また、本件売買当時、Xは認知症を発症し、記憶力、コミュニケーション能力等が相当程度低下していた。Yは、Xが上記の切迫した状況にあることや、Xの判断力の低下を認識していた。

事例 2 判断力が低下している消費者に対する次々販売¹⁴

久々に実家に行くと、母が趣味の絵画等の出展契約を多数していることがわかった。新聞や雑誌に掲載するものや、国内ばかりか海外の展覧会に出展するものまであり、わかっているだけで3社10件で総額約500万円だった。貯金も少なくなり、これ以上の支払いは困難である。母は最近判断力に不安がある。まだ掲載されていない契約もあるようだ。返金してほしい。（相談者：50歳代女性 生活者 当事者：80歳代女性）

¹³ 第4回資料2（消費者庁提出資料）の事例2。東京高判平成30年3月15日判時2398号46頁を簡略化したものである。

¹⁴ 第4回資料2（消費者庁提出資料）の事例1。これはヒアリングにおいて紹介されたものである（第2回資料2（全国消費生活相談員協会提出資料）の【事例7】）。

第2. 「浅慮」「幻惑」という心理状態に着目した規定（考え方Ⅱ）

第4回研究会では、消費者の意思決定をミスリードしうる心理状態として「浅慮」と「幻惑」をまとめて取り上げたが、研究会における議論の状況を踏まえ、以下では分けて検討することとする。

1. 「浅慮」という心理状態に着目した規定

（1）本研究会における議論の状況

〔第4回における事務局案（概要）〕¹⁵

- ・事業者の行為により消費者の「浅慮」（本来の意思決定から注意が逸れたり、思考の範囲が狭まったりすること、あるいは、思考力が低下するような心理状態）を作出する行為について、（i）クーリング・オフ制度を参考としつつ事後的に熟慮期間の確保を図っていくことや、（ii）取消権の規定を設けることが考えられる。
- ・「浅慮」を作出する行為としては、例えば、検討時間を不当に制限し、当該時間内に契約を締結しなければ利益を得ることができない旨を告げることが考えられる。

研究会では、クーリング・オフ制度を参考としつつ事後的に熟慮期間の確保を図っていくことについて、行使期間を制限した特殊な取消権を定めるのか、解除権（クーリング・オフ制度）を定めるのかが議論となった。また、検討時間の不当な制限による取消権を規定しつつ、契約においてクーリング・オフ条項を定めた場合には、当該取消権を行使することができないものとする旨の規律も考えられるという意見があった。

また、検討時間の不当な制限を要件としている点について、検討時間を制限すること自体が不当なのか、別の要件も加わって不当という評価に至るのかという指摘があった。後者に関連して、不公正取引方法に関するEU指令では、時間制限について虚偽の陳述をすることが要件とされているが¹⁶、その適否には検討の余地があるという指摘があった。あわせて、EU指令を国内法化したイギリスの例が参考になるのではないかという示唆もあった。

¹⁵ 第4回資料2（消費者庁提出資料）の10頁以下を整理したものである。

¹⁶ 「消費者に情報提供を受けた上で決定を下す時間も機会も奪い、即断をさせるために、製品の入手が非常に限定された期間、または、非常に限定された期間中かつ限られた条件でしか入手できないと虚偽の陳述をすること」（詳細は第4回資料2の11頁（注19）を参照）。

(2) 検討

[検討のまとめ]

- 規律の在り方として、(i) クーリング・オフ同様の短期の解除権とするか、(ii) 取消権とするか。あるいは (iii) 原則として取消権を定めつつ、例外として、契約においてクーリング・オフの特約がクーリング・オフの行使を阻害しないよう配慮された形で定められており、しかも、事業者が消費者に対して当該特約を分かりやすく表示した場合には、クーリング・オフ期間を経過すると消費者は取消権を行使することができない（適用除外とする）旨を規定することも考えられるのではないか。
- 検討時間の制限については、(i) 検討時間の制限のみを要件とすることや、(ii) さらに要件を付加する（例えば、検討時間の制限が不実であることや、長時間の勧誘後に検討時間の制限を告げることも要件とすること）が考えられるのではないか。

- どのような規律を設けるか。

検討時間の制限によって消費者が契約締結の要否を熟慮できなかった点に着目するならば、(i) クーリング・オフと同様の短期の解除権を設けることが考えられる。これに対して、(ii) 取消権とすることも考えられるが、消費者契約法においては、事業者の不当な勧誘行為によって消費者が瑕疵ある意思表示をしたときに取消権を定めているので、勧誘行為の不当性・意思表示の瑕疵をどのように捉えるかが課題になると考えられる。

さらに、研究会において示された考え方に着想を得て、(iii) 原則として取消権を定めつつ、例外として、契約においてクーリング・オフの特約がクーリング・オフの行使を阻害しないよう配慮された形で定められており、しかも、事業者が消費者に対し当該特約を分かりやすく表示した場合には、クーリング・オフ期間を経過すると消費者は取消権を行使することができない（適用除外とする）旨を規定することも考えられる。消費者に対しクーリング・オフを実際に行使できる状況が与えられていたのであれば、消費者には熟慮の機会があったといえるし、事業者に対してはクーリング・オフ条項を設ける動機付けとなり得るものである。

(iii) の参考になり得る制度として、通信販売における契約の解除に関する規定（特定商取引法第15条の3第1項）がある。この規定においては、消費者に商品又は特定権利の売買契約の申込みの撤回等を原則可能とすることを定めつつ、事業者が通信販売に関する広告等において返品特約に関する記載を主務省令で定めるところにより適正に

行った場合には、当該特約に従うこととして、消費者利益と事業者の負担とのバランスを図っている¹⁷。

- 上記の問題に関連して、検討時間の制限をどのように要件化するかも問題となる。すなわち、「浅慮」を作出する行為としては、検討時間を不当に制限し、当該時間内に契約を締結しなければ利益を得ることができない旨を告げることが考えられるところ（第4回の事務局案）、このうち、検討時間の制限という部分について、（i）検討時間の制限のみを要件とすることのほか、（ii）さらに要件を付加することが考えられる。

（ii）について、例えば、EU指令が陳述の虚偽性を要件としていることを参考に、検討時間の制限が不実であること（事業者が示した検討時間を経過した後には契約した場合であっても、消費者は利益を得られたこと）を要件とすることが考えられる。しかし、検討時間経過後であっても利益を得られたか否かが不明であったり、消費者の立証が困難な場合もあると考えられる。そこで、若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会（以下、この検討会が徳島にある消費者行政新未来創造オフィスのプロジェクトとして行われたことから、本資料では「徳島検討会」という。）の報告書では、長時間の拘束により、思考力が低下したり注意が逸らされるという「浅慮」が生じるという分析がされていることを踏まえると¹⁸、長時間の身体拘束という点に着目し、長時間の勧誘後に検討時間の制限を告げることが要件とすることが考えられるのではないかと。

規律の在り方及び検討時間の制限の要件化に関連して、研究会で指摘があったイギリスの法制度が参考となり得る。すなわち、イギリスでは、2005年のEU不公正取引方法指令が、2008年不公正な取引行為からの消費者保護に関する規則によって国内法化されたところ¹⁹、同規則が2014年に改正され²⁰、同年10月1日に施行された。この改正により、不公正な取引行為を受けて契約締結がなされた場合における民事上の救済が図られた。例えば、買得であること（the existence of a specific price

¹⁷ 特定商取引に関する法律の解説（逐条解説）〔消費者庁ウェブサイト〕117頁。消費者庁取引対策課・経済産業省商務・サービスグループ消費経済企画室編『平成28年版特定商取引に関する法律の解説』（商事法務・平成30年）159頁。

¹⁸ 第4回資料1-1（徳島検討会報告書の概要説明資料）12頁には、「例えば、長時間の拘束に対し、『疲れたので早く帰りたい』、『ここまで話をしてしまったら引くに引けない』としたりするように、その場における状況からの影響を強く受けた状態に陥ることがある。この状態では、思考力が低下したり、注意が逸らされたりしているため十分に考えることができない」という指摘がある。

¹⁹ The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008

²⁰ The Consumer Protection (Amendment) Regulations 2014

advantage) について真実に反する情報が含まれていること、あるいは、たとえ事実として正しかったとしても、当該取引行為や表現が全体として平均的消費者を騙し、または騙すおそれがある行為が行われた場合には、消費者は、一定の期間内 ((i) 契約締結日か、(ii) 商品を最初に引き受けた日、サービスの提供が始まった日、デジタルコンテンツを最初に供給された日、権利が最初に行使できるようになった日のいずれか遅い方から数えて 90 日間) に、撤回権 (the right to unwind) を行使することができることとなった²¹。

(3) 適用対象となり得る事例

事例 3 特典を強調しつつ時間を制限した勧誘²²

1 週間ほど前、娘が婚約者とインターネットで調べた結婚式場に行った。今日だったら 20%引きにすると言われ、半年先の日取りで、60 人規模、300 万円くらいの見積りで契約し、クレジットカードで申込金 10 万円を支払った。その後、もう少し小規模で安くできるところを見つけたため、2 日後にキャンセルを申し入れたところ、申込金は一切返金できないと言われた。

²¹ 以上について、菅富美枝「2015 年イギリス消費者権利法の新体制 (1)」消費者法ニュース第 106 号 (2016 年 1 月) 202 頁参照。

²² 全国消費生活相談員協会「ブライダル関連トラブル 110 番報告書」(平成 30 年 6 月) 4 頁。なお、当該報告書は当該協会のウェブサイトに掲載されている。

2. 「幻惑」という心理状態に着目した規定

(1) 本研究会における議論の状況

[第4回における事務局案(概要)]²³

- ・事業者の行為により消費者の「幻惑」(将来、一定の価値や利益を獲得することができることを期待し、当該契約を締結するか否かについて自由な意思決定をすることが妨げられている心理状態)が作出された場合に、取消権の規定を設けることが考えられる。
- ・事業者の「幻惑」を作出する行為としては、例えば、(i) 事業者が消費者に対し、社会生活上の重要な事項に関する将来の願望に関し、当該消費者契約の内容となるものが、当該願望の実現のために必要である旨を告げることや、(ii) 勧誘者に対する歓心や高揚感をあおり、慎重な検討をさせないよう消費者を誘導することが考えられる。

研究会では、徳島検討会の分析に照らすと、(i) 勧誘者への関心から契約をする事例は、不利益ではなく利益を告げているものの、契約内容以外の考慮すべきではない事項を考慮させている点で「困惑」と共通であり²⁴、これと、人間関係を利用して契約内容を吟味させないという「浅慮」の組合せであると整理できるし、(ii) 高揚感をあおる事例は、目的物の価値を誤らせるという意味での「誤認」や、相手方の思考能力を奪うことが行われているのであれば「浅慮」と整理することができるという指摘があった。

このうち、(i) について、利益を告げる場合であっても「困惑」に含まれるのかが議論となり、困惑類型に係る事業者の行為のうち、平成30年改正で追加されたものは、不安の裏側にある期待をあおるような場合も含まれていると見ることができ、このような拡張された「困惑」概念の中には利益を告げる場合も含まれると考えられる旨の指摘があった。

(2) 検討

[検討のまとめ]

- 消費者のどのような心理状態に着目するか。この点に関連して、要件としては、(i) 「困惑」を要件とすること、(ii) 別の心理状態(例えば「幻惑」)を

²³ 第4回資料2(消費者庁提出資料)の11頁以下を整理したものである。

²⁴ 「困惑」類型が不利益を告げるものであるのに対し、この類型は利益を告げていることから、研究会では「『困惑』の逆類型」と呼ぶことができるという指摘があった。

要件とすること、(iii)「誤認」を要件とすること、(iv)消費者の心理状態を要件としないことが考えられるのではないか。

- 対象となる事業者の行為について、例えば、消費者が、結婚、健康、生計等に関する願望を実現する意欲を有していることを知りながら、その期待をあおり、当該願望が実現するか否かは明らかではないにもかかわらず、当該契約を締結すれば願望が実現する旨を告げたり断定する行為が考えられるのではないか。

- 消費者のどのような心理状態に着目するか。

第4回の研究会では、事務局から、勧誘者に対する歓心をあおる事例（事例4）や高揚感をあおる事例（事例5）を念頭に置いて、将来、一定の価値や利益を獲得することができると期待し、当該契約を締結するか否かについて自由な意思決定をすることが妨げられている心理状態という意味での「幻惑」に着目する考え方が示された。

これを受けて行われた研究会の議論を踏まえると、本規定案が着目する消費者の心理状態は、消費者が、当該消費者契約を締結するか否かを判断するに際して、通常影響を及ぼすべきではない事情を考慮させられているという心理状態であると整理できるものと考えられる。例えば、（事例4）で言うと、投資用マンションを購入するか否かの判断に際して、将来、勧誘者と結婚することへの期待という契約締結の判断に通常影響を及ぼすべきではない事情を考慮させられている心理状態に着目することが考えられる。

仮にこのような心理状態に着目する場合、次に、心理状態をどのように要件化するかが（要件にはしないという選択肢も含めて）問題となる。「困惑」の心理状態と比較すると、考慮させられている事情が消費者にとって有利か不利かが異なるだけであり、契約締結の判断に通常影響を及ぼすべきではない事情を考慮させられている点で、本規定案が着目する心理状態は「困惑」と共通するともいえる。このように考えるならば、(i)「困惑」を要件とする（困惑類型とする）ことが考えられる。これに対して、本規定案が着目するのは消費者にとって有利な事情を考慮させられているという心理状態であり、困り、戸惑っているとは必ずしも言い難いともいえる。そこで、(ii)別の心理状態を要件として定めることも考えられ、例えば、「目さきをまどわすこと」²⁵という意味で一般的に理解されている「幻惑」を要件とすることが考えられる。別の考え方として、後述のように「誤認」という要素も含まれると考えるならば、誤認類型に位置付けて

²⁵ 新村出編『広辞苑〔第7版〕』（岩波書店・平成30年）における「幻惑」の解説である（917頁）。

- (iii) 消費者の「誤認」を要件とすることや、過量契約取消権と同様に²⁶、
- (iv) 消費者の心理状態を要件としないことも考えられるのではないか。

○ 対象となる事業者の行為をどのように具体化するか。

研究会では、高揚感をあおる事例（事例5）について、目的物の価値を誤らせるという意味での「誤認」があるという指摘があったが、勧誘者に対する歓心をあおる事例（事例4）においても、消費者は、勧誘者との間には将来結婚することになるような人間関係があると誤信しており、「誤認」という要素があると考えられる。また、研究会では、事業者が契約外の事情について何らかの利益を与える旨を表示することは必ずしも禁止されるものではないが、禁止されるとすれば、相手方の誤認に基づいて契約をさせている点の一つの方向性として考えられるという指摘があった。

これらの指摘を踏まえると、消費者に「誤認」させるという要素も考慮し、例えば、消費者が、結婚、健康、生計等に関する願望を実現する意欲を有していることを知りながら、その期待をあおり、当該願望が実現するか否かは明らかではないにもかかわらず、当該契約を締結すれば願望が実現する旨を告げたり断定する行為を不当勧誘行為として捉えることができるのではないか。

このように、消費者の「誤認」という要素を要件として取り込む場合には、誤認類型である他の取消権との関係が問題となるところ、次のように考えることができるのではないか。

(i) 不実告知（法第4条第1項第1号）との関係 不実告知によって取り消すためには、告げた事項が一般的・平均的な消費者を基準として「重要事項」といえることが必要となる²⁷。本規定案の適用対象となる事例については、「重要事項」に該当しない場合であっても、取り消すことができるものと考えられる。

(ii) 断定的判断の提供（法第4条第1項第2号）との関係 消費者契約法は、事実ではなく評価を誤認した場合について、断定的判断の提供による取消権を定めているところ、断定的判断の対象である「将来の変動が不確実な事項」とは、消費者の財産上の利益に影響するものであって将来を見通すことがそもそも困難であるものを指す

²⁶ 消費者契約法の過量契約取消権は、事業者の勧誘行為と消費者の契約締結の意思表示との間に因果関係があることは要件としているものの、事業者の行為によって消費者に特定の心理状態が作出されたことは要件としていない（法第4条第4項）。

²⁷ 不実告知に係る「重要事項」においては、「消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの」（法第4条第5項第1号・第2号）、「当該消費者契約の目的となるものが・・・通常必要であると判断される事項」（同項第3号）であることが要件とされている。

と解されている²⁸。高揚感や歓心をあおる事例については、消費者の財産上の利益に影響するものではない事項について断定的判断を提供しているものであり、新たに設ける規定によって取り消すことができるものと考えられる。

(3) 適用対象となり得る事例

事例4 結婚を意識し、勧誘者を信用して不動産を購入²⁹

去年、婚活サイトで金融に詳しいと言う男性と知り合い、食事をするようになった。「投資用マンションは確実にリターンが望める」と勧めてくるので、男性の勤務先で説明を受けた。投資用マンションの説明は不明点が多く、質問してもはぐらかされた。よく理解できなかつたがマンション購入の契約書に署名捺印し、白紙委任状まで作成した。男性と旅行の約束をし「昔からの知り合いみたい」と言われ、すっかり信用していた。銀行審査を受ける前、現在居住している住宅のローンを組んでいることは話さないよう口止めされた。その後、不安感が増し、知り合いに相談したら、内容証明を書いてクーリング・オフするように言われた。しかし、キャンセルには解約料が必要だと思っていたことと、恋愛感情もあり、期間内のクーリング・オフはできなかった。

旅行は直前でキャンセルになり、預けた書類が届く頃には男性とは疎遠になっていた。不動産業者が倒産したら、空室になったらといろいろ心配だ。解約したい。

事例5 周囲の人の言動に伴う高揚感から契約を締結³⁰

新聞に入っていた「1kgのお米と卵1パックの2点合わせて100円」という折り込み広告を見て、販売業者が主催する健康講座に行った。行く度に100円でいろいろな商品を購入できるので、何度も通っていた。販売業者から「この健康食品は身体の掃除をしてくれる。身体の中のごみを取る」という説明を受け、また、会場にいる人から体験談として「目がすっきりした」「腰が痛いのが治った」という話を聞いた。販売員にお薬手帳を見せて、自分用に健康食品を1箱購入した。翌日、糖尿病の夫のお薬手帳を持参して、夫用にも1箱購入した。その後、半年

²⁸ 消費者契約法逐条解説〔消費者庁ウェブサイト〕37頁。

²⁹ 第4回資料2（消費者庁提出資料）の事例3。国民生活センター「婚活サイトなどで知り合った相手から勧誘される投資用マンション販売に注意！！－ハンコを押す相手は信ジラレマスか？－」（平成26年1月公表）。

³⁰ 第4回資料2（消費者庁提出資料）の事例4。国民生活センター「高齢者が支払えなくなるまで次々に販売するSF商法～支払い金額の平均は170万円にも！～」（平成27年5月公表）。

分を勧められて、大箱5つ（70万円）と小箱2つ（7万円）の健康食品を購入した。

娘に購入していることが分かり、消費生活センターに相談を勧められた。高額なので全部はいらないと思う。

第3. 困惑類型の包括的規定（考え方Ⅲ）

1. 本研究会における議論の状況

〔第4回における事務局案（概要）〕³¹

- ・ 困惑類型（法第4条第3項）について、第1号から第8号まで類型化が図られたことから、これらを包括的に規律する規定を設けることが考えられる。例えば、同項柱書に、各号を包括するものとして、「その他の当該消費者が当該消費者契約を締結しないことを著しく困難にする行為」を加え、各号を例示として位置付けることが考えられる。
- ・ 「著しく困難にする行為」に該当するか否かについては、各種業法における消費者保護規定等を参酌するような規定を設けつつ、本法の逐条解説等によって、その対象となる範囲を明示することが考えられる。

研究会では、困惑規定の包括的規定を設けるという方向性自体については積極的な意見が示されたものの、以下のような課題も示された。まず、条文の文言や法形式という観点から、(i) 「当該消費者が当該消費者契約を締結しないことを著しく困難にする行為」という文言は、あらゆる事例を包摂し得るものであり、相当の精査が必要であろうという指摘や、(ii) 各号を包含するような規定ではなく、少なくともこういう場合であれば取消権を付与してもよいといえる限度で謙抑的な包括的規定を設けることもあり得るのではないかという指摘、(iii) 民法の規定（公序良俗、詐欺等）との差別化を図るため、適用場面が限定されていることを分かるようにした方が良いのではないかという指摘もあった。また、これらとは別の観点から、立法化には困難が予想されるどころであり、根拠づけを豊富にする必要があるという指摘もあった。

また、業法との連携を図る規定を設けるという方向性については、積極的な意見が示される一方で、意思表示の瑕疵に着目した取消規定なのか、公序良俗的なものなのかを精査すべきであるという指摘があった。また、連携の対象とする規定は、本来、禁止規定に限定されるものではないが、まずは禁止規定に限定することも考えられるという指摘があった。

³¹ 第4回資料2（消費者庁提出資料）12頁以下を整理したものである。

2. 検討

〔検討のまとめ〕

- 「当該消費者が当該消費者契約を締結しないことを著しく困難にする行為」をどのように具体化するか。各号が包含されるという意味で包括的な規定の他に、各号に追加する形で、困惑に関する最低限のルールをある程度包括的に規定することもあり得るのではないか。
- 行政規制との連携規定としては、消費者の利益の擁護に関する法律の規定であって、勧誘の適正を確保するために事業者の禁止行為を定めたものがあるときは、その趣旨を参酌するものとするという旨の規定が考えられる。連携の対象となる規定としては、例えば、消費者契約法施行令が定める「消費者の利益の擁護に関する法律」の中から、取引の相手方を保護するために設けられた禁止規定で、困惑類型と親和性が高いものを抽出することが考えられるのではないか。

- 対象となる事業者の行為をどのように具体化するか。

困惑類型に係る事業者の行為には、民法上の強迫（第96条第1項）に準ずるようなものと、暴利行為といえるものがある。この点に関連して、困惑類型には、事業者の主観が要件とされているものと、要件とされていないものがある。このように法第4条第3項が多様化している中で、各号に共通する事業者の行為を抽出しようとする、抽象的な文言にならざるを得ない一方で、研究会では、「当該消費者が当該消費者契約を締結しないことを著しく困難にする行為」という文言では抽象的すぎるという趣旨の指摘があった。

この点を解決する考え方として、研究会では、包括的規定にも異なるレベルがあり得るといふ趣旨の指摘があった。すなわち、(i) 各号が包含されるという意味で包括的な規定の他に、(ii) 各号に追加する形で、困惑に関する最低限のルールをある程度包括的に規定することもあり得るのではないか、というものであるが、どう考えるか。(ii) について、具体的には、法第4条第3項第9号としてある程度汎用性のある規定を設けることや、同項柱書に「『その他』・・・行為」を追加することが考えられる。

- ・ 特定商取引法が、訪問販売の禁止行為について、「前各号に掲げるもののほか、当該売買契約又は当該役務提供契約に関する事項であって、顧客又は購入者若しくは役務の提供を受ける者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」と定めていることが参考になる（第6条第1項第7号）。
- ・ 法制的には、「その他の」と「その他」は意味が異なる。「その他」は、「その他」の前にある字句と「その他」の後にある字句とが並列の関係にある場合に用いられる。

これに対して、「その他の」は、「その他の」の前にある字句が、「その他の」の後ろにある、より内容の広い意味を有する字句の例示として、その一部を成している場合に用いられる³²。

(i) (ii) のいずれにしても、適用対象となる事例としては、例えば(事例6)が想定される。また、次に検討する行政規制との連携規定をどのように定めるかとも関係すると思われる。

○ 業法等³³における行政規制との連携規定をどのように具体化するか。

まず、研究会では、行政規制との連携について、意思表示の瑕疵に着目した取消規定なのか、公序良俗的なものなのかを精査すべきであるという指摘があった。確かに、伝統的には、取締法規に違反する行為の有効性という形で、主として公序良俗規定(民法第90条)の適用場面で問題とされてきた³⁴。もっとも、業法等における行政規制の中には、勧誘の適正を確保するために設けられたといえる規定があり、このような規定に違反した場合については、これを参酌して、不当勧誘取消権の該当性を判断する規定を設けることも考えられるように思われるが、どうか。

- ・近年の裁判例においても、電気通信事業法に基づく説明義務違反を認定した上で、この点も含めて総合的に検討すると不実告知に該当するものとして消費者契約法に基づく契約の取消しを認めたものがあるところである³⁵。
- ・他の法令を参酌する規定としては、行政事件訴訟における原告適格について、「当該法令と目的を共通にする関係法令があるときはその趣旨及び目的を参酌する」旨を定める行政事件訴訟法第9条第2項がある。

次に、連携の対象となる規定をどの範囲に設定するか。この点、業法等における行政規制には、(i) 事業者に対して不作為を命じるもの(禁止規定)と

³² 以上につき、法制執務研究会編『新訂ワークブック法制執務(第2版)』(ぎょうせい・平成30年)710頁参照。

³³ 「業法」とは、講学上の概念であり、例えば、「ある種の事業を営むことに対する行政的な規制を根拠づける法律」と定義されている(落合誠一ほか『商法I総則・商行為(第5版)』(有斐閣・平成25年)139頁〔山下友信執筆〕)。この定義に従うと、特定商取引法は、事業ではなく取引類型に着目している点で、業法とは言い難いこととなる。そこで、本資料では、業法のみならず、特定の取引類型に着目して設けられた法律も含むという趣旨で、「業法等」ということとする。

³⁴ 司法研究報告書においても、「取締規定は、公序良俗違反の評価根拠事実の選別やその評価をする際に一定の参考となるものがある」とされている(『現代型民事紛争に関する実証的研究—現代型契約紛争(1)消費者紛争』(法曹会・平成23年)55頁)。

³⁵ 東京高判平成30年4月18日判時2379号28頁。

(ii) 作為を命じるものがあり（例えば、法定書面の交付義務や、説明義務等）、研究会で指摘があったように、本来的には（i）と（ii）の双方との連携を図る必要があると考えられる。もっとも、困惑類型の包括的規定を設けるといふ観点からすると、業法等の行政規制においては困惑を作出するような行為を禁止するという形で禁止規定が定められていることが多いことから、（i）禁止規定に限定することが考えられるが、どうか。具体的な規定としては、例えば、「消費者の利益の擁護に関する法律の規定であつて、勧誘の適正を確保するために事業者の禁止行為を定めたものがあるときは、その趣旨を参酌するものとする」という旨の規定を設けることが考えられる。

具体例として、例えば、（事例7）は、宅地建物取引業法が定める禁止行為である「深夜又は長時間の勧誘その他の私生活又は業務の平穩を害するような方法によりその者を困惑させること」（同法第47条の2第3項・同法施行規則16条の12第1号へ）に該当し得るものであり、この規定の趣旨を参酌すると、「当該消費者が当該消費者契約を締結しないことを著しく困難にする行為」に該当するものとして契約の取消しが認められることがあり得ると考えられる。

連携の対象となる規定の範囲については、指示対象行為を定める規定も対象とするかが問題となり得る。例えば、特定商取引法は、訪問販売について、禁止行為を定めて業務停止命令や刑事罰の対象としつつ、これとは別途、指示対象行為を定め、主務大臣は、販売業者等に対し、当該行為の是正のための措置等をとるべきことを指示することができる旨を定めており（第7条）、指示対象行為も連携の対象とすることが考えられる。しかし、訪問販売について言えば、指示対象行為に該当することのみならず、「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」に主務大臣は指示できる旨が定められており、指示対象行為が直ちに禁止行為とされているものではない。また、一般論として、指示が法令で規定されている場合には、行政行為としてそれ自体で相手方に作為又は不作為の義務を生じさせるものと、そうではなく一種の勧告にとどまるものがあり、そのいずれにあたるかの区別はしばしば微妙であるという指摘もある³⁶。これらの事情に鑑みると、指示対象行為は禁止行為と同程度の不当性を有しているとは必ずしも言えないことから、行政規制との連携規定の対象とはしないことが考えられる。

さらに、具体的にどの規定を連携の対象とするかという問題がある。

この点について、消費者契約法は、同法、消費者裁判手続特例法「その他消費者の利益の擁護に関する法律で政令で定めるもの」に違反して罰金刑を受けてから3年を経過しない法人等を適格消費者団体の認定の欠格事由としている（第

³⁶ 高橋和之ほか編『法律学小辞典（第5版）』（有斐閣・平成28年）532頁。

13 条第 5 項第 1 号)。これを受けて、消費者契約法施行令においては、法律の趣旨及び目的において消費者契約の当事者となり得る消費者の保護が規定されているかどうかを勘案しつつ、(i) 消費者契約における不当な勧誘行為又は契約条項の類型について規定するとともに、(ii) 当該規定に違反した場合の罰金刑を規定している法律等を選ぶという観点から以下の計 39 本の法律が定められている(第 1 条)。

そこで、消費者契約法及び同法施行令が定める「消費者の利益の擁護に関する法律」の中から、取引の相手方を保護するために設けられた禁止規定で、困惑類型と親和性が高いものを抽出することが考えられるのではないか。

(対象とされている法律)

- ①担保付社債信託法(消費者契約法施行令第 1 条第 1 号)
- ②金融機関の信託業務の兼営等に関する法律(同条第 2 号)
- ③私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律(同条第 3 号)
- ④農業協同組合法(同条第 4 号)
- ⑤金融商品取引法(同条第 5 号)
- ⑥消費生活協同組合法(同条第 5 号の 2)
- ⑦水産業協同組合法(同条第 6 号)
- ⑧中小企業等協同組合法(同条第 7 号)
- ⑨協同組合による金融事業に関する法律(同条第 8 号)
- ⑩放送法(同条第 9 号)
- ⑪質屋営業法(同条第 10 号)
- ⑫商品先物取引法(同条第 11 号)
- ⑬信用金庫法(同条第 12 号)
- ⑭宅地建物取引業法(同条第 13 号)
- ⑮旅行業法(同条第 14 号)
- ⑯労働金庫法(同条第 15 号)
- ⑰出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律(同条第 16 号)
- ⑱割賦販売法(同条第 17 号)
- ⑲不当景品類及び不当表示防止法(同条第 18 号)
- ⑳積立式宅地建物販売業法(同条第 19 号)
- ㉑大都市地域における住宅及び住宅地の供給の促進に関する特別措置法(同条第 20 号)
- ㉒特定商取引に関する法律(同条第 21 号)
- ㉓銀行法(同条第 22 号)
- ㉔貸金業法(同条第 23 号)
- ㉕電気通信事業法(同条第 24 号)

- ②⑥特定商品等の預託等取引契約に関する法律（同条第 25 号）
- ②⑦商品投資に係る事業の規制に関する法律（同条第 29 号）
- ②⑧ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律（同条第 30 号）
- ②⑨特定優良賃貸住宅の供給の促進に関する法律（同条第 31 号）
- ③⑩不動産特定共同事業法（同条第 32 号）
- ③⑪保険業法（同条第 33 号）
- ③⑫中心市街地の活性化に関する法律（同条第 34 号）
- ③⑬住宅の品質確保の促進等に関する法律（同条第 35 号）
- ③⑭農林中央金庫法（同条第 37 号）
- ③⑮信託業法（同条第 38 号）
- ③⑯株式会社日本政策金融公庫法（同条第 39 号）
- ③⑰株式会社商工組合中央金庫法（同条第 40 号）
- ③⑱株式会社国際協力銀行法（同条第 41 号）
- ③⑲食品表示法（同条第 42 号）

取引の相手方を保護するために設けられた禁止規定で、困惑類型と親和性が高いものとして、例えば、⑤金融商品取引法においては、再勧誘（第 38 条第 6 号）、顧客に迷惑を覚えさせるような時間に電話又は訪問により勧誘（第 38 条 9 号・金融商品取引業等に関する内閣府令第 117 条 1 項 7 号）がある。また、⑭宅地建物取引業法においては、威迫（第 47 条の 2 第 2 項）、再勧誘（第 47 条の 2 第 3 項・宅地建物取引業法施行規則第 16 条の 12 第 1 号ニ）、迷惑を覚えさせるような時間の電話・訪問（同号ホ）、私生活・業務の平穩を害するような方法による困惑（同号へ）がある。これらの規定の趣旨を参酌して「当該消費者が当該消費者契約を締結しないことを著しく困難にする行為」の該当性を判断することが考えられる。

なお、消費者安全法は、消費者被害の発生・拡大の防止のための措置（例：消費者への注意喚起、措置要求等）を定めているところ、かかる措置の端緒となる「消費者事故等」には、「消費者との間の契約の締結に係る事業者の行為の規制に関する法律の規定であって、消費者の利益の保護に係るものとして内閣府令で定めるものに違反する行為をすること」が含まれる（消費者安全法第 2 条第 5 項第 3 号・同法施行令第 3 条第 7 号）。

そして、消費者安全法施行規則においては、同法施行令第 3 条第 7 号で定める法律の規定として、以下のものが定められている（第 4 条第 1 号）。

- (i) 特定商取引法第 17 条（電話勧誘販売における再勧誘の禁止）
- (ii) 貸金業法第 16 条第 3 項（適合性原則違反）
- (iii) 割賦販売法第 4 条第 1 項（書面交付義務）

(iv) その他 (i) ~ (iii) に類する契約の締結に係る規定

3. 適用対象となり得る事例

事例 6 重病の人に契約の締結を急かし、その日のうちに施術³⁷

末期のガン患者であるXは、藁をもつかむ思いで、免疫療法でがんを治療するとするYクリニックを受診した。医師が抗がん剤治療等これまで受けた治療を否定し、「今日の15時までに」などと施術を急がせたため、Xは気が動転し、不安で早く施術を受けなければいけないと思ひ込み、施術前に80万円と提示されて了承し、施術を受けた。現金で全額支払った。不安をあまり、正常な状態で受けた施術ではないし、価格も適切なのか疑問だ。

事例 7 私生活又は業務の平穩を害する方法によりマンションの購入を勧誘³⁸

社用スマートフォンに不動産事業者から突然電話がかかり、一度話を聞いてほしいと言われた。何度も電話がかかり、「資料の説明だけさせてもらいたい。話を聞かずに断るのはおかしい」と言われ、渋々会う約束をし、レストランで説明を聞いた。「ワンルームマンションのオーナーになれば負担なく資産を持てる。家賃収入を保証する」と説明されたので、「高いので微妙です」と答えたら、事業者の機嫌が悪くなり、「話を聞くと断ったから遠くからわざわざ来たのに聞く気があるのか。社会人としてどうなんだ」と怒り出し、深夜0時半まで拘束されたが何とか帰れた。その後も何度も電話がかかるのできっぱり断ろうと思ひ、もう一度レストランで会ったが、また事業者が怒り出したら怖いと思ひ、断りきれずに約2,600万円のマンションの購入申込書にサインしてしまった。しかし、何の資料も書面ももらえず、マンションの詳細を問い合わせても教えてくれず不安だ。高額でとても支払えないのでやめたい。(2018年11月受付、20歳代、男性)

³⁷ 第4回資料2(消費者庁提出資料)の事例6。実際の相談事例について、特定されないための修正を加えたものである。

³⁸ 国民生活センター「20歳代に増える投資用マンションの強引な勧誘に注意！」(平成31年3月公表)の【事例1】。

【参照条文】

○消費者契約法（平成十二年法律第六十一号）

（消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し）

第四条 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

一 重要事項について事実と異なることを告げること。 当該告げられた内容が事実であるとの誤認

二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものに関し、将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項につき断定的判断を提供すること。 当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認

2 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実（当該告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を故意又は重大な過失によって告げなかったことにより、当該事実が存在しないとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。ただし、当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず、当該消費者がこれを拒んだときは、この限りでない。

3 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

一 当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又はその業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。

二 当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。

三 当該消費者が、社会生活上の経験が乏しいことから、次に掲げる事項に対する願望の実現に過大な不安を抱いていることを知りながら、その不安をあおり、裏付けとなる合理的な根拠がある場合その他の正当な理由がある場合でないのに、物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものが当該願望を実現するために必要である旨を告げること。

イ 進学、就職、結婚、生計その他の社会生活上の重要な事項

ロ 容姿、体型その他の身体の特徴又は状況に関する重要な事項

四 当該消費者が、社会生活上の経験が乏しいことから、当該消費者契約の締結について勧誘を行う者に対して恋愛感情その他の好意の感情を抱き、かつ、当該勧誘を行う者も当該消費者に対して同様の感情を抱いているものと誤信していることを知りながら、これに乗じ、当該消費者契約を締結しなければ当該勧誘を行う者との関係が破綻することになる旨を告げること。

五 当該消費者が、加齢又は心身の故障によりその判断力が著しく低下していることから、生計、健康その他の事項に関しその現在の生活の維持に過大な不安を抱いていることを知りながら、その不安をあおり、裏付けとなる合理的な根拠がある場合その他の正当な理由

がある場合でないのに、当該消費者契約を締結しなければその現在の生活の維持が困難となる旨を告げること。

六 当該消費者に対し、靈感その他の合理的に実証することが困難な特別な能力による知見として、そのままでは当該消費者に重大な不利益を与える事態が生ずる旨を示してその不安をあり、当該消費者契約を締結することにより確実にその重大な不利益を回避することができる旨を告げること。

七 当該消費者が当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をする前に、当該消費者契約を締結したならば負うこととなる義務の内容の全部又は一部を実施し、その実施前の原状の回復を著しく困難にすること。

八 前号に掲げるもののほか、当該消費者が当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をする前に、当該事業者が調査、情報の提供、物品の調達その他の当該消費者契約の締結を目指した事業活動を実施した場合において、当該事業活動が当該消費者からの特別の求めに応じたものであったことその他の取引上の社会通念に照らして正当な理由がある場合でないのに、当該事業活動が当該消費者のために特に実施したものである旨及び当該事業活動の実施により生じた損失の補償を請求する旨を告げること。

4 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの分量、回数又は期間（以下この項において「分量等」という。）が当該消費者にとっての通常分量等（消費者契約の目的となるものの内容及び取引条件並びに事業者がその締結について勧誘をする際の消費者の生活の状況及びこれについての当該消費者の認識に照らして当該消費者契約の目的となるものの分量等として通常想定される分量等をいう。以下この項において同じ。）を著しく超えるものであることを知っていた場合において、その勧誘により当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、消費者が既に当該消費者契約の目的となるものと同種のもを目的とする消費者契約（以下この項において「同種契約」という。）を締結し、当該同種契約の目的となるものの分量等と当該消費者契約の目的となるものの分量等とを合算した分量等が当該消費者にとっての通常分量等を著しく超えるものであることを知っていた場合において、その勧誘により当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときも、同様とする。

5 第一項第一号及び第二項の「重要事項」とは、消費者契約に係る次に掲げる事項（同項の場合にあっては、第三号に掲げるものを除く。）をいう。

一 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容であって、消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの

二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件であって、消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの

三 前二号に掲げるもののほか、物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものが当該消費者の生命、身体、財産その他の重要な利益についての損害又は危険を回避するために通常必要であると判断される事情

6 （略）

○民法（明治二十九年法律第八十九号）

（成年被後見人の法律行為）

第九条 成年被後見人の法律行為は、取り消すことができる。ただし、日用品の購入その他日常生活に関する行為については、この限りでない。

(保佐人の同意を要する行為等)

第十三条 被保佐人が次に掲げる行為をするには、その保佐人の同意を得なければならない。ただし、第九条ただし書に規定する行為については、この限りでない。

- 一 元本を領収し、又は利用すること。
- 二 借財又は保証をすること。
- 三 不動産その他重要な財産に関する権利の得喪を目的とする行為をすること。
- 四 訴訟行為をすること。
- 五 贈与、和解又は仲裁合意（仲裁法（平成十五年法律第百三十八号）第二条第一項に規定する仲裁合意をいう。）をすること。
- 六 相続の承認若しくは放棄又は遺産の分割をすること。
- 七 贈与の申込みを拒絶し、遺贈を放棄し、負担付贈与の申込みを承諾し、又は負担付遺贈を承認すること。
- 八 新築、改築、増築又は大修繕をすること。
- 九 第六百二条に定める期間を超える賃貸借をすること。
- 十 前各号に掲げる行為を制限行為能力者（未成年者、成年被後見人、被保佐人及び第十七条第一項の審判を受けた被補助人をいう。以下同じ。）の法定代理人としてすること。

2～4（略）

(公序良俗)

第九十条 公の秩序又は善良の風俗に反する法律行為は、無効とする。

(成年被後見人の居住用不動産の処分についての許可)

第八百五十九条の三 成年後見人は、成年被後見人に代わって、その居住の用に供する建物又はその敷地について、売却、賃貸、賃貸借の解除又は抵当権の設定その他これらに準ずる処分をするには、家庭裁判所の許可を得なければならない。

○貸金業法（昭和五十八年法律第三十二号）

(返済能力の調査)

第十三条 貸金業者は、貸付けの契約を締結しようとする場合には、顧客等の収入又は収益その他の資力、信用、借入れの状況、返済計画その他の返済能力に関する事項を調査しなければならない。

- 2 貸金業者が個人である顧客等と貸付けの契約（極度方式貸付けに係る契約その他の内閣府令で定める貸付けの契約を除く。）を締結しようとする場合には、前項の規定による調査を行うに際し、指定信用情報機関が保有する信用情報を使用しなければならない。
- 3 貸金業者は、前項の場合において、次の各号に掲げる場合のいずれかに該当するときは、第一項の規定による調査を行うに際し、資金需要者である個人の顧客（以下この節において「個人顧客」という。）から源泉徴収票（所得税法（昭和四十年法律第三十三号）第二百二十六条第一項に規定する源泉徴収票をいう。以下この項及び第十三条の三第三項において同じ。）その他の当該個人顧客の収入又は収益その他の資力を明らかにする事項を記載し、又は記録した書面又は電磁的記録として内閣府令で定めるものの提出又は提供を受けなければならない。ただし、貸金業者が既に当該個人顧客の源泉徴収票その他の当該個人顧客の収入

又は収益その他の資力を明らかにする事項を記載し、又は記録した書面又は電磁的記録として内閣府令で定めるものの提出又は提供を受けている場合は、この限りでない。

一 次に掲げる金額を合算した額（次号イにおいて「当該貸金業者合算額」という。）が五十万円を超える場合

イ 当該貸付けの契約（貸付けに係る契約に限る。ロにおいて同じ。）に係る貸付けの金額（極度方式基本契約にあつては、極度額（当該貸金業者が当該個人顧客に対し当該極度方式基本契約に基づく極度方式貸付けの元本の残高の上限として極度額を下回る額を提示する場合にあつては、当該下回る額））

ロ 当該個人顧客と当該貸付けの契約以外の貸付けに係る契約を締結しているときは、その貸付けの残高（極度方式基本契約にあつては、極度額（当該貸金業者が当該個人顧客に対し当該極度方式基本契約に基づく極度方式貸付けの元本の残高の上限として極度額を下回る額を提示している場合にあつては、当該下回る額））の合計額

二 次に掲げる金額を合算した額（次条第二項において「個人顧客合算額」という。）が百万円を超える場合（前号に掲げる場合を除く。）

イ 当該貸金業者合算額

ロ 指定信用情報機関から提供を受けた信用情報により判明した当該個人顧客に対する当該貸金業者以外の貸金業者の貸付けの残高の合計額

4～5（略）

（過剰貸付け等の禁止）

第十三条の二 貸金業者は、貸付けの契約を締結しようとする場合において、前条第一項の規定による調査により、当該貸付けの契約が個人過剰貸付契約その他顧客等の返済能力を超える貸付けの契約と認められるときは、当該貸付けの契約を締結してはならない。

2 前項に規定する「個人過剰貸付契約」とは、個人顧客を相手方とする貸付けに係る契約（住宅資金貸付契約その他の内閣府令で定める契約（以下「住宅資金貸付契約等」という。）及び極度方式貸付けに係る契約を除く。）で、当該貸付けに係る契約を締結することにより、当該個人顧客に係る個人顧客合算額（住宅資金貸付契約等に係る貸付けの残高を除く。）が当該個人顧客に係る基準額（その年間の給与及びこれに類する定期的な収入の金額として内閣府令で定めるものを合算した額に三分の一を乗じて得た額をいう。次条第五項において同じ。）を超えることとなるもの（当該個人顧客の利益の保護に支障を生ずることがない契約として内閣府令で定めるものを除く。）をいう。

○割賦販売法（昭和三十六年法律第百五十九号）

（個別支払可能見込額の調査）

第三十五条の三の三 個別信用購入あつせん業者は、個別信用購入あつせんに係る購入又は受領の方法により購入される商品若しくは指定権利の代金又は受領される役務の対価に相当する額の受領に係る契約（以下「個別信用購入あつせん関係受領契約」という。）を締結しようとする場合には、その契約の締結に先立つて、経済産業省令・内閣府令で定めるところにより、年収、預貯金、信用購入あつせんに係る債務の支払の状況、借入れの状況その他の当該購入者又は当該役務の提供を受ける者の個別支払可能見込額を算定するために必要な事項として経済産業省令・内閣府令で定めるものを調査しなければならない。ただし、当該購入者又は当該役務の提供を受ける者の保護に支障を生ずることがない場合として経済産業省令・内閣府令で定める場合は、この限りでない。

- 2 この節において「個別支払可能見込額」とは、主として自己の居住の用に供する住宅その他の経済産業省令・内閣府令で定める資産を譲渡し、又は担保に供することなく、かつ、生活維持費に充てるべき金銭を使用することなく、購入者又は役務の提供を受ける者が個別信用購入あつせんに係る購入又は受領の方法により購入しようとする商品若しくは指定権利の代金又は受領しようとする役務の対価に相当する額の支払に充てることできると見込まれる一年間当たりの額をいう。
- 3 個別信用購入あつせん業者は、第一項本文の規定による調査を行うときは、指定信用情報機関が保有する特定信用情報を使用しなければならない。
- 4 (略)

(個別支払可能見込額を超える場合の個別信用購入あつせん関係受領契約の締結の禁止)

第三十五条の三の四 個別信用購入あつせん業者は、個別信用購入あつせん関係受領契約を締結しようとする場合において、購入者又は役務の提供を受ける者の支払総額のうち一年間に支払うこととなる額が、前条第一項本文の規定による調査により得られた事項を基礎として算定した個別支払可能見込額を超えるときは、当該個別信用購入あつせん関係受領契約を締結してはならない。ただし、当該購入者又は当該役務の提供を受ける者の保護に支障を生ずることがない場合として経済産業省令・内閣府令で定める場合は、この限りでない。

○特定商取引に関する法律（昭和五十一年法律第五十七号）

(通信販売における契約の解除等)

第十五条の三 通信販売をする場合の商品又は特定権利の販売条件について広告をした販売業者が当該商品若しくは当該特定権利の売買契約の申込みを受けた場合におけるその申込みをした者又は売買契約を締結した場合におけるその購入者（次項において単に「購入者」という。）は、その売買契約に係る商品の引渡し又は特定権利の移転を受けた日から起算して八日を経過するまでの間は、その売買契約の申込みの撤回又はその売買契約の解除（以下この条において「申込みの撤回等」という。）を行うことができる。ただし、当該販売業者が申込みの撤回等についての特約を当該広告に表示していた場合（当該売買契約が電子消費者契約に関する民法の特例に関する法律（平成十三年法律第九十五号）第二条第一項に規定する電子消費者契約に該当する場合その他主務省令で定める場合にあつては、当該広告に表示し、かつ、広告に表示する方法以外の方法であつて主務省令で定める方法により表示していた場合）には、この限りでない。

- 2 (略)

○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）

(申込みの撤回等についての特約を表示する方法)

第十六条の三 法第十五条の三第一項ただし書の主務省令で定める方法は、顧客の電子計算機の映像面に表示される顧客が商品又は特定権利の売買契約の申込みとなる電子計算機の操作を行うための表示において、顧客にとって見やすい箇所に明瞭に判読できるように表示する方法その他顧客にとって容易に認識することができるよう表示する方法とする。

○行政事件訴訟法（昭和三十七年法律第百三十九号）

(原告適格)

第九条 処分の取消しの訴え及び裁決の取消しの訴え（以下「取消訴訟」という。）は、当該処分又は裁決の取消しを求めるにつき法律上の利益を有する者（処分又は裁決の効果が期間の経過その他の理由によりなくなつた後においてもなお処分又は裁決の取消しによつて回復すべき法律上の利益を有する者を含む。）に限り、提起することができる。

2 裁判所は、処分又は裁決の相手方以外の者について前項に規定する法律上の利益の有無を判断するに当たっては、当該処分又は裁決の根拠となる法令の規定の文言のみによることなく、当該法令の趣旨及び目的並びに当該処分において考慮されるべき利益の内容及び性質を考慮するものとする。この場合において、当該法令の趣旨及び目的を考慮するに当たっては、当該法令と目的を共通にする関係法令があるときはその趣旨及び目的をも参酌するものとし、当該利益の内容及び性質を考慮するに当たっては、当該処分又は裁決がその根拠となる法令に違反してされた場合に害されることとなる利益の内容及び性質並びにこれが害される態様及び程度をも勘案するものとする。

○金融商品取引法（昭和二十三年法律第二十五号）

（禁止行為）

第三十八条 金融商品取引業者等又はその役員若しくは使用人は、次に掲げる行為をしてはならない。ただし、第四号から第六号までに掲げる行為にあつては、投資者の保護に欠け、取引の公正を害し、又は金融商品取引業の信用を失墜させるおそれのないものとして内閣府令で定めるものを除く。

一～五（略）

六 金融商品取引契約（当該金融商品取引契約の内容その他の事情を勘案し、投資者の保護を図ることが必要なものとして政令で定めるものに限る。）の締結の勧誘を受けた顧客が当該金融商品取引契約を締結しない旨の意思（当該勧誘を引き続き受けることを希望しない旨の意思を含む。）を表示したにもかかわらず、当該勧誘を継続する行為

七～八（略）

九 前各号に掲げるもののほか、投資者の保護に欠け、若しくは取引の公正を害し、又は金融商品取引業の信用を失墜させるものとして内閣府令で定める行為

○金融商品取引業等に関する内閣府令（平成十九年内閣府令第五十二号）

（禁止行為）

第一百七十七条 法第三十八条第九号に規定する内閣府令で定める行為は、次に掲げる行為とする。

七 金融商品取引契約の締結又は解約に関し、顧客（当該金融商品取引契約が抵当証券等及び商品ファンド関連受益権の売買その他の取引に係るもの並びに令第十六条の四第一項第一号及び第二項各号に掲げる契約以外のものである場合にあつては、個人に限る。）に迷惑を覚えさせるような時間に電話又は訪問により勧誘する行為

○宅地建物取引業法（昭和二十七年法律第七十六号）

（業務に関する禁止事項）

第四十七条の二 宅地建物取引業者又はその代理人、使用人その他の従業者（以下この条において「宅地建物取引業者等」という。）は、宅地建物取引業に係る契約の締結の勧誘をする

に際し、宅地建物取引業者の相手方等に対し、利益を生ずることが確実であると誤解させるべき断定的判断を提供する行為をしてはならない。

- 2 宅地建物取引業者等は、宅地建物取引業に係る契約を締結させ、又は宅地建物取引業に係る契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、宅地建物取引業者の相手方等を威迫してはならない。
- 3 宅地建物取引業者等は、前二項に定めるもののほか、宅地建物取引業に係る契約の締結に関する行為又は申込みの撤回若しくは解除の妨げに関する行為であつて、第三十五条第一項第十四号イに規定する宅地建物取引業者の相手方等の利益の保護に欠けるものとして国土交通省令・内閣府令で定めるもの及びその他の宅地建物取引業者の相手方等の利益の保護に欠けるものとして国土交通省令で定めるものをしてはならない。

○宅地建物取引業法施行規則（昭和三十二年建設省令第十二号）

（法第四十七条の二第三項の国土交通省令・内閣府令及び同項の国土交通省令で定める行為）
第十六条の十二 法第四十七条の二第三項の国土交通省令・内閣府令及び同項の国土交通省令で定める行為は、次に掲げるものとする。

- 一 宅地建物取引業に係る契約の締結の勧誘をするに際し、宅地建物取引業者の相手方等に対し、次に掲げる行為をすること。
 - イ 当該契約の目的物である宅地又は建物の将来の環境又は交通その他の利便について誤解させるべき断定的判断を提供すること。
 - ロ 正当な理由なく、当該契約を締結するかどうかを判断するために必要な時間を与えることを拒むこと。
 - ハ 当該勧誘に先立つて宅地建物取引業者の商号又は名称及び当該勧誘を行う者の氏名並びに当該契約の締結について勧誘をする目的である旨を告げずに、勧誘を行うこと。
 - ニ 宅地建物取引業者の相手方等が当該契約を締結しない旨の意思（当該勧誘を引き続き受けることを希望しない旨の意思を含む。）を表示したにもかかわらず、当該勧誘を継続すること。
 - ホ 迷惑を覚えさせるような時間に電話し、又は訪問すること。
 - ヘ 深夜又は長時間の勧誘その他の私生活又は業務の平穩を害するような方法によりその者を困惑させること。

二～三（略）