

平成28年10月24日

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（通称 NACS）

消費者相談室 有山 雅子

## 改正消費者契約法について

### 1. 「消費者」概念の在り方（法第2条第1項）

「消費者」概念の在り方をトラブル実態に合わせて広く定義することを求める。

「消費者」の定義は事業として事業のための契約当事者となる場合を除く個人となっている。例えば、大学のサークルや主婦のグループ、町内会などでメンバーのために、幹事が旅行契約を締結した場合、個人ではないので同法の消費者保護規定から外れてしまう。

一方、特定商取引法では、事業者を「営業のために若しくは営業として締結をするもの」として適用除外することとなっている。家族経営の自営業者については必ずしも適用除外とはされてはいない。また、宗教法人、組合なども同じように「営業のため・・・」でなければ、適用除外ではない。

消費者の集合体に過ぎない団体や、事業者であっても開業準備行為の段階である場合、あるいはすでに廃業の状況である場合なども「消費者」として同法の対象にすることを求める。

### 2. 「勧誘」要件の在り方（法第4条第1項、第2項、第3項）

広告・表示の場合でも特定の個人向け広告で、不実告知があった場合、勧誘とみなし誤認取消ができるように求める

広告・表示は一般に不特定多数に向けたものと言われているが、現実の広告・表示では特定のものに向けた広告・表示が広がっている。例えば、ターゲティング広告においては、ネットでの消費者の消費傾向にあわせて広告をする状況も増えている。一概に不特定多数向けの広告とは言えない状況である。そこで不特定多数向けの広告表示とされているものの中で、意思形成に影響を与える広告については「勧誘」とし、誇大広告や不実告知があった場合、誤認取消ができるように求める。

### 3. 不利益事実の不告知（法第4条第2項）

不利益事実の不告知のなかで「不実告知型」については、「故意」がなくても取消ができるように求める。

「故意に」とは「当該事実が消費者にとって不利益であることを知っていること、かつ当該消費者が当該事実を認識していないことを知っているながらあえて」と要件が必要である。不利益事実の不告知について、「利益となる旨の告知が具体的であり、不利益事実との関連性が強い」とされている「不実告知型」については、「故意に」関係なく取消ができるように求める。消費者にとって、告げなかったことが「故意」なのか「故意」でないかの証明するのは困難。事業者と消費者の情報格差を是正する法律の立法の趣旨からも、「不実告知型」の場合に取消をできることを求める。

#### 4. 「重要事項」(法第4条第4項)

現在列挙された事項ではないが、大手有名企業をかたった場合など、契約の締結に多大な影響を与えるので、「重要事項」として適用することを求める。

改正法の重要事項は、以下の内容である。

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  
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  
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

高齢者等においては、以前より周知している有名企業名をかたられた場合、警戒心を解く傾向がみられる。訪問販売、電話勧誘販売など、口頭ではあるが会社名を詐称することで、訪問販売時にドアを開ける、電話勧誘を長々と受け入れてしまうことになる。販売会社名や連絡先を重要事項としてほしい。

#### 5. 不当勧誘行為に関するその他の類型

高齢者の記憶が不十分な状況で、合理的な判断ができない状況を知りながら、契約を締結させる行為を不当勧誘行為の類型に加えることを求める。

「10年前に購入いただいた羽毛布団の点検です。羽毛布団を定期的にリフォームすることになっています」とか、「浄水器を5年ごとに新製品と交換することになっている」といって高額な健康食品や浄水器を定期的に交換するなど、高齢者の記憶の減退につけこみ、新たな契約を締結させられたというような相談が寄せられている。このような記憶減退に不安を持つ高齢者や判断不十分者に対するつけこみ型勧誘を不当勧誘行為の類型とすることを求める。

## 6．不当勧誘行為に関するその他の類型

電話による強引で、執拗な勧誘を、新たな困惑類型に追加することを求める。

よくある事例では、生鮮食品や健康食品の電話勧誘販売において、注文をしたと偽り商品を送り付ける相談や、断っても断っても頻繁に電話勧誘で繰り返し執拗に購入を勧めることなど、減少してはいるもののいまだに相談が寄せられている。また、「注文を受けた」「話を聞いたのだから、今更断れない」などと電話口で怒鳴ったり、居丈高に契約を迫るなどの威迫する行為を新たな困惑類型として追加することを求める

## 7．損害賠償額の予定・違約金条項（法第9条第1号）

契約を解除するにあたり損害賠償額の予定や違約金条項について、平均的な損害額を超えることの立証責任は当該事業者が負うと明記することを求める。

契約を締結時に、解除した場合の損害賠償額を予定した条項が用意されたものがある。結婚式場の契約では、「一年後の結婚式なのに、違約金が高額ではないか」、探偵業でも「依頼してすぐに取り消したのに『すでに調査が始まっている。調査開始後は契約額の50%の違約金条項がある』と言われた」などの苦情が寄せられています。消費者にとっては、あらかじめ条項で決められた違約金額が妥当なものか、平均的な損害額を超えるものなのか立証できるものではありません。

損害賠償の額の予定や違約金条項、それらが妥当なものかの立証責任は事業者だと明記することを求める。