

## 合理的な判断をすることができない事情を利用して 契約を締結させる類型について

### 第1 基本的な考え方

第29回消費者契約法専門調査会（以下、単に「前回」という。）において整理・分析したように、事業者が、消費者の知識・経験の不足、その他の合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させる類型と考えられる事例が存在する。例えば、就職活動中の学生に対してアンケートへの回答を求める等の方法により連絡先等を記入させた上で、本当は教室・講座等の勧誘を目的としているにもかかわらず、「就職に役立つ話が無料で聞ける」など勧誘目的を隠して呼び出して、就職活動中の学生の不安につけ込み、教室・講座等の受講契約を迫る商法（いわゆる「就職セミナー商法」）、言葉巧みな話術で異性に対する好意を抱かせ、それにつけ込んで商品等を販売する商法（いわゆる「デート商法」）などである。あるいは、商品やサービスを購入した人に、知人など他の人を紹介させることによって販売を拡大する商法（いわゆる「紹介販売」）、あるいは「無料サービス」「無料招待」「無料で閲覧」など「無料」であることを強調して勧誘し、最終的に商品やサービスを購入させる商法（いわゆる「無料商法」）などもみられる（「参考資料1」参照。）。

このような様々な手法により、若年者のみならず、幅広い年代において消費者被害がみられるところである。

このような消費者被害の救済は、公序良俗違反による法律行為の無効（民法第90条・いわゆる暴利行為の無効）や、不法行為に基づく損害賠償請求（民法第709条）によって図ること等も考えられるが、これらの規定は抽象的であり、どのような場合に意思表示が無効となったり損害賠償請求が認められたりするかについて、必ずしも明らかであるとはいえない。

また、具体的な取引類型によっては、特定商取引に関する法律（以下、「特定商取引法」という。）の規律の適用による被害救済も考えられるが、特定商取引法は訪問販売等の特定の類型を対象とするものであるが、上記（第1段落）で述べた消費者被害については、同法で規律する類型に留まらず、他の形態の取引でも消費者被害が発生している。したがって、合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させる類型について救済を図るためには別途の規律が必要であると考えられるが、このような規律は、行政規制を含めた規律を設けている特定商取引法には馴染まず、消費者契約法上の民事ルールとして検討することが適当であると考えられる。

そこで、消費者契約の特質を踏まえた上で、明確な要件をもって、消費者に意

思表示の取消しを認めるべき場合について規定することを検討することが考えられる。

前回は、具体的な対応策の検討として、以下の2つのアプローチを示した。

(i) 事業者が、合理的に判断することができない消費者の状況を知りながら、消費者にとって通常不要であるものにつき、勧誘した場合を想定するアプローチ

(ii) 事業者が、不公正な行為を用いて、消費者に「合理的な判断をすることができない事情」を作出又は増幅した上で、勧誘をした場合を想定するアプローチ

(i) のアプローチからは、「知りながらの勧誘」の対象を具体化していくという考え方から、【A案】(年齢等に応じた生活状況等に照らして不要な契約であることを知りながらの勧誘)及び【B案】(知識・経験の不足による「誤認」「困惑」を知りながらの勧誘)を示したところ、具体的にどのような場合が「生活の状況等に照らして通常不要」とされるのか、その適用範囲の明確化が課題となる旨の意見が示された。

一方、(ii) のアプローチからは、【C案】(本来の目的を隠して接近する行為と断定的な告知により不安等を煽る行為の併用)及び【D案】(断りきれない人間関係を構築して濫用する行為)を示したところ、どのような事例を念頭におき、どのような行為を行き過ぎた営業活動として評価するのかをより具体的に検討すべき点などが示された。

以下では、このような前回の議論も踏まえた形で、新たに具体的な対応策の案を示すこととする。

## 第2 【甲案】

まず、一つには、事業者が、消費者に対して一定の不公正な行為をした上で、かつ、当該消費者契約の目的となるものが当該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当該事業者がその締結について勧誘をする際の当該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にとって著しく高額な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ものとするのが考えられる。

すなわち、事業者が「不公正な行為をしたこと」と、「当該消費者にとって著しく高額なものであること」の双方を要件とする考え方である。

ここでいう、一定の不公正な行為としては、前回整理した被害事例を念頭におき、典型的に消費者がつけ込まれやすい合理的な判断をすることができない事情

を作出する手法として考えられ、なおかつ、行き過ぎた営業活動と考えられるものを取り出すということが考えられる。

例えば、就職セミナー商法などの事例でみられる行為として「当該消費者契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに営業所その他特定の場所への来訪を要請すること」（以下、「第1号案」と呼ぶ。）、あるいはデート商法について考えられる行為として「当該消費者を当該勧誘に応じさせる目的で、当該事業者に対する恋愛感情を催させるような仕方で当該消費者と電話、郵便、遊興又は飲食する場所への同伴その他の方法により当該消費者に接触をすること」（以下、「第2号案」と呼ぶ）を掲げることが考えられる。

## 1. 第1号案

「当該消費者契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに営業所その他特定の場所への来訪を要請すること」（第1号案）とは、例えば、上記の就職セミナー商法においても、アンケートへの回答を求める等の方法により連絡先等を記入させた上で、本当は教室・講座等の勧誘を目的としているにもかかわらず、「就職に役立つ話が無料で聞ける」などと言って、勧誘目的を隠して呼び出すといった手法がみられている。

このような行為によって、当該消費者は、心理的な備えがないまま、事業者の働き掛けにさらされることとなり、結果として合理的に判断することができない状況に陥るものと考えられる。

## 2. 第2号案

また、「当該消費者を当該勧誘に応じさせる目的で、当該事業者に対する恋愛感情を催させるような仕方で当該消費者と電話、郵便、遊興又は飲食する場所への同伴その他の方法により当該消費者に接触をすること」（第2号案）とは、上記のデート商法における典型的な手法を想定したものである。このような行為によって、当該消費者は、恋愛感情を催させられた当該事業者の言動に影響されて、合理的に判断することができない状況に陥るものと考えられる。

## 3. 「当該消費者契約の目的となるものが当該消費者にとって著しく高額なものであること」

「当該消費者契約の目的となるものが当該消費者にとって著しく高額なものであること」とは、当該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当

該事業者がその締結について勧誘をする際の当該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判断されるものである。

したがって、仮に客観的な時価等に照らして、一般的には高額でない場合であっても、上記の判断要素に照らして判断した結果、当該消費者にとっては著しく高額であると判断されることもあり得るものと考えられる。例えば、上記のデート商法においては、収入の乏しい若年者に高額なアクセサリや絵画等をクレジット契約で購入させる事例が多くみられるが、こうした事例においては、仮に時価 100 万円のアクセサリを 100 万円という適正な価格で販売したという場合であっても、デート商法による事業者からの働きかけがなければ、通常当該消費者がそのような商品を、クレジット契約を利用してまで購入する必要性があるとは考え難く、当該消費者にとっては著しく高額であると判断されると考えられる。

### 第3 【乙案】

前回の会議においては、事業者による不公正な行為を捉えた規律を検討するにあたって、困惑類型の追加の論点とは区別し、必ずしも「困惑」を要件としない規律として案を示していた。

しかし、行き過ぎた営業活動を適切に捉えて規律するという観点からは、事業者による一定の不公正な行為があり、そのような行為をしたことによって消費者が困惑し、それによって消費者が契約を締結した場合に限定した上で、消費者契約法に基づき取り消すことができるという規律を設けることも考えられる<sup>1</sup>。具体的には、法第4条第3項第3号及び第4号（困惑による取消しの列挙事由）として、【甲案】の第1号案及び第2号案をそれぞれ規定することが考えられる。

---

<sup>1</sup> あるいは、具体的な事案に照らして、「誤認」や「困惑」とは異なる別途の要件（仮に考えれば「幻惑」など）によって規律するということも考えられる。

以上を踏まえ、次のような規定を設けるといふ考え方について、どのように考えるか。

【甲案】（事業者が一定の行為を行った上で、目的物が当該消費者にとって著しく高額なものであることを知りながら勧誘した場合をとらえるもの。）

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、かつ、当該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当該事業者がその締結について勧誘をする際の当該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が当該消費者にとって著しく高額な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。

- 一 当該消費者契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに営業所その他特定の場所への来訪を要請すること。
- 二 当該消費者を勧誘に応じさせる目的で、当該事業者に対する恋愛感情を催させるような仕方で当該消費者と電話、郵便、遊興又は飲食する場所への同伴その他の方法により当該消費者に接触をすること。

【乙案】（事業者の一定の行為を困惑類型の列举事由とするもの。）

法第4条第3項第3号及び第4号（困惑による取消しの列举事由）として、【甲案】の第1号案及び第2号案をそれぞれ規定する。

（法第4条第3項）

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 （略）
- 二 （略）
- 三 当該消費者契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに営業所その他特定の場所への来訪を要請すること。
- 四 当該消費者を勧誘に応じさせる目的で、当該事業者に対する恋愛感情を催させるような仕方で当該消費者と電話、郵便、遊興又は飲食する場所への同伴その他の方法により当該消費者に接触をすること。