

個別論点の検討

第1 . 困惑類型の追加	1
第2 . 消費者に対する配慮に努める義務	7

第1．困惑類型の追加

1．消費者契約法専門調査会におけるこれまでの検討

消費者契約法専門調査会（以下「専門調査会」という。）では、「不当勧誘行為に関するその他の類型」のうち「困惑類型の追加」の論点については、困惑類型の新たな行為として、執拗な電話勧誘及び威迫による勧誘を追加すべきか否かについて検討が行われ、消費者契約法専門調査会報告書（以下「専門調査会報告書」という。）では、以下のように取りまとめられた¹。

【専門調査会報告書（抜粋）】

執拗な電話勧誘

執拗な電話勧誘は、特に自宅や勤務先といった生活・就労の拠点で電話による勧誘を受け続けた場合には、当該勧誘から逃れるためにやむなく消費者が契約を締結したという状況にあるとも言い得るところである。他方で、特定商取引法において電話勧誘販売に関する規律が設けられていることから、一定程度の被害防止が図られていると考えられるところ、特に電話勧誘に特化した執拗な勧誘についての規律を困惑類型に追加することについては、特定商取引法の規律に加えて法に民事効を認める必要があるかどうか、電話勧誘販売における勧誘の在り方に関する今後の特定商取引法の運用の状況等を踏まえた上で、必要に応じ検討していくこととするのが適当と考えられる²。

威迫による勧誘

畏怖や恐怖までは生じさせていないこと等により、民法第96条第1項の強迫には該当しないが、客観的に人を不安にさせるような言動によって、消費者が、契約を締結しなければその勧誘から逃れられないと困惑して契約締結に及んでしまう被害事例が見受けられる。他方で、威迫による勧誘を困惑類型の新たな規律として設けるためには、何が取消事由となるかについて事業者の予見可能性を確保する必要もある。そこで、現行法上取消事由とされている不返去・監禁（法第4条第3項）に加えて、取消事由となる事業者の威迫行為の内容を明確にすることが求められる。困惑類型の新たな規律として、如何なる状況下において消費者に取消権を認め救済を図るべきか、問題となる事例に類型的に見られる威迫行為の態様を抽出することが必要と考えられる。そのため、引き続き、裁判例や消費生活相談事例を収集・分析して検討を行うべきである。

¹ 専門調査会報告書 12 頁。

² 電話勧誘に限らない執拗な勧誘についての規律を困惑類型に追加するか否かについては、必要に応じて、裁判例や消費生活相談事例を収集・分析して検討を行うべきである。

このように、電話勧誘に限らず執拗な勧誘については必要に応じて検討することとされ、威迫による勧誘については問題となる事例について、引き続き収集・分析して検討を行うべきものとされており、これが本専門調査会において残された検討課題となっている。

2. 事例の収集・分析

専門調査会報告書を踏まえ、消費者庁において、問題となる事例に典型的に見られる威迫行為の態様を抽出するという観点から事例の収集・分析を行った。

消費生活相談事例においては、事業者が、客観的に人を不安にさせるような言動として、粗野又は乱暴な言動を用いるなど、多様な手段を用いて消費者に契約の締結を迫っているものが存在した。その中でも、以下に掲載する各事例³のように、事業者が、消費者の要望していた事項を超えて、又は想定していなかった事項を消費者の承諾なく実施するなど、事業者が、消費者が契約の締結を断りきれない状況を作成して契約の締結を要求することによって、消費者が、当該事業者の勧誘又は請求から逃れられないと考え、契約を締結し、請求された代金を支払ってしまう事例が見られた。

事例 1 インターネットで検索した不用品の回収業者に電話すると、電話対応の感じが良かったので、まずは見積もりに来てもらい、金額に納得したら回収を依頼することにした。仕事があるので母に見積金額を聞いておくよう頼んでおいた。当日、強面の男性担当者が2人来て、母に不用品の場所を聞くと台車に乗せて庭先から車に運び込み、その後に回収費用を請求された。母は高いと思ったが、2人の威圧的な態度が怖くて何も言えずに契約書にサインして代金を払ってしまった。

事例 2 ガソリンを入れようとガソリンスタンドに立ち寄ったところ、「ワイパーのゴムが外れていますね。」と言いながらワイパーを外し、頼みもしていないのに前も後ろもワイパーを交換し始めた。また、ボンネットを開け「エンジンオイルが少ないと...。」などと言いながら勝手にエンジンオイルを入れ始めたので、時間がないからと断ったが、強引にオイル交換され、代金を請求された。納得いかなかったが怖かったので支払った。

事例 3 「先月電話した時に会って話す約束をしたがいつ会えるか。」と業者から電話があった。約束をした覚えはないと断っても5分おきに何度も電話して来て、仕方なくファミリーレストランで会った。CO2 排出権の取

³ いずれの事例も PIO-NET 情報。

引に関する説明をされた。よく分からない話なので気が進まない旨を伝えたと、「わざわざ時間を取ってやって来たのに契約しない気が。営業妨害だ。」などと言われ、怖くなって言われるまま契約書にサインした。

事例 4 リサイクル業者へ電話し処分したい品があるので見積もってほしいと伝えたら、近くにいるから見積もりに行きよいかと言われ、承知した。茶箒箒などを含む5品を処分したいと言って家に入れたところ、見積もりもせずに早速品物を運び出されてしまった。処分費用を請求されたので支払った。

事例 5 トイレが詰まったので、折込広告を見て事業者へ電話をした。来訪した事業者から「便器を外さないと詰まりが判断できない。便器を外す工賃は2万円。」と言われた。修理終了後、高額な請求をされた。作業明細書を見ると、高額な薬剤も使用されており、「高額すぎる。」と交渉したが、「今、支払ってもらわないと困る。」と迫られ、やむなく支払った。

事例 6 遠隔地に所有地があるが、ほとんど行く機会がない。2年前、事業者から突然電話があり、自分の所有地の草がはびこり、近所が迷惑しているから除草が必要であると説明され、一回限りのつもりで依頼した。ところが昨年、既に除草が済んだと請求書が送られてきた。「今年は頼んでいない」と電話でキャンセルを申し出たが、「毎年やることになっているし、もう作業が済んだので払う必要がある」と説得され、断りきれない雰囲気でもやむを得ず支払った。そして、今年もまた作業が済んだと請求書が送付された。なお、契約書面のようなものは渡されず、何の書面にもサインしていない。

事例 7 作業服の男性が家の側溝掃除をしていた。頼んでいないため帰ってもらったところ、翌日に別の人が契約書を持ってきて代金を請求されたので、支払ってしまった。

上記の事例1～3は、事業者が威圧的な言動を伴いながら代金の支払や契約の締結を請求又は要求するものであるが、消費者が契約の締結を断りきれない状況を作り出して契約の締結を迫っている点に、取引の公正を害する事情を見出すことができるものと考えられる。すなわち、事例1及び2は、事業者が消費者の承諾なく業務を実施することで、消費者が精神的に動揺し、既に実施された業務に関し中止や原状回復を求めることに躊躇していることが推測される。また、事例3は、事業者が消費者に対して実施した業務を強調することで、消費者にいわば負い目のような心情を生じさせ、当該心情を利用していることが伺える。

また、必ずしも事業者の威圧的な言動を伴わなくても、事業者が、消費者が契約

の締結を断りきれない状況を作成しつつ契約の締結を迫る場合について、取引の公正を害する事情を見出すことができるものと考えられる。すなわち、上記の事例4～7においては、必ずしも事業者による害悪の告知や威圧的な言動による消費者の畏怖が生じているわけではないと考えられるが、事業者が消費者の承諾なく業務を実施したことを既成事実とした上で代金の支払を請求し、消費者は、精神的な動揺も相俟って代金を支払っているものと考えられる。

3．具体的な対応策の検討

一般的に、人は他人から何らかの施しや好意を受けた場合には、お返しをしなければならないという感情を抱くものと考えられる。この点に関しては、第29回専門調査会の資料2において紹介した消費者行動の特性に関する社会心理学の知見⁴として、「返報性」という考え方に通ずるものといえる。

確かに、営業活動の一環として、契約締結前において消費者に対して何らかのサービスを提供して誘引するといったことは通常取引でもある程度行われているものと考えられる。このような場合、消費者としては、契約を締結して代金を支払わなければならない義務はない。

しかしながら、上記のような一定の既成事実が作出されると、事業者が消費者のために一定の行為をしてくれたという見方も可能になってくる。そのため、消費者がそれにより契約を締結して代金を支払わなければ相手方たる事業者に対し申し訳ないという負い目を感じるという側面もある。そのような状況を事業者が作成しつつ、事業者が先行的に実施した行為に見合うよう消費者としても契約を締結して代金を支払うことが倫理的に当然であるという言動や、消費者が契約の締結を拒否することを非難する言動を伴うなど、事業者が先行的に実施した行為の代償として、事業者が、消費者に契約の締結とともに代金の支払を迫る場合、消費者としては、精神的に動揺し、契約の締結や代金の支払を拒絶することが事実上困難になると考えられる。

⁴ 消費者庁提出資料 24 頁。

4 . 新たな困惑類型の追加について

以上のように、消費者が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、事業者が、当該消費者契約における義務の全部又は一部の履行に相当する行為や、当該契約の締結に向けた準備行為など関連する行為を実施し、当該各行為を実施したことの代償として契約の締結を迫った場合には、消費者は、当該契約を締結しなければならない状況にあるものと困惑して契約の締結に及んでしまうものと考えられる。

この場合、消費者は、事業者によって、契約の申込み又は承諾の意思表示をせざるをえない状況に追い込まれ、精神的に動揺し自由な判断をすることができなくなっているものと考えられることから、新たな困惑類型として取消事由とすることを検討してはどうか。

以上を踏まえ、威迫等による勧誘に関して、次のような趣旨の規定を設けると
いう考え方について、どう考えるか。

「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、当該事業者が、当該消費者に対して、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における義務の全部又は一部の履行に相当する行為又は当該行為に関連する行為を実施したことの代償として契約の締結を迫ることにより困惑し、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」という趣旨の規定。

【参考条文】

消費者契約法（平成 12 年法律第 61 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（略）

2（略）

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。

4・5（略）

第2．消費者に対する配慮に努める義務

1．成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ⁵による提案

消費者委員会成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ報告書（平成29年1月）（以下「WG報告書」という。）では、以下のように「若年成人に対する配慮に努める義務」についての提案が示された⁶。

【WG報告書（抜粋）】

ア 若年成人に対する配慮に努める義務

提案内容

事業者は、消費者契約を締結するに際しては、消費者の年齢、消費生活に関する知識及び経験並びに消費生活における能力に応じて、適切な形で情報を提供するとともに、当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をするよう努めるものとするのが考えられる。

理由

消費者契約においては、事業者と消費者との間の情報の質及び量並びに交渉力の構造的格差があるが、若年成人の場合、成熟した成人に比して、知識・経験・交渉力等が十分でないことがあり、事業者との格差が一層顕著となる。その格差を解消するためには事業者から若年成人に対する適切な情報提供を検討すべきであり、このことは消費者基本法（昭和43年法律第78号）第2条第2項に「消費者の年齢その他の特性に配慮」しなければならないと定められ、年齢を配慮すべき要素として掲げていることから要請される。このような情報提供における配慮については、適合性原則からのアプローチとして、事業者との情報力及び交渉力格差が顕著にみられる若年成人という顧客属性に着目しつつ、年齢等に配慮した情報提供が考えられる。また、事業者による情報の提供、意見・判断の提供が、消費者の知的・社会的・経済的成熟度の不足（年齢等）のゆえに、事業者・消費者間の構造的な情報格差・交渉力格差を介して、消費者の意思決定に影響を及ぼすことがあり得るという点からは、事業者が若年成人の知的・社会的・経済的成熟度（年齢等）に応じた情報の提供、意見・判断を提供することが考えられる。

さらに、事業者から説明がなされた場合にも、若年成人は安易に友人や知り

⁵ 成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループの会議資料や報告書等は、消費者委員会のウェブサイト上で公表されている。<http://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/seinen/index.html>

⁶ WG報告書8頁。

合いの説明により、高額商品の購入や役務の提供の契約を締結してしまうといった被害が報告されている。そのため、消費者の年齢、消費生活に関する知識及び経験、消費生活における能力に応じて、当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供がなされることが考えられる。

なお、事業者は事業形態上、上述の事項について把握することが困難であることもあり、こうした点に留意する必要がある。

そこで、若年成人が真に自由な自己決定をする前提として、また、社会全体で若年成人が成熟した成人になるよう支援するため、消費者の年齢や消費生活に関する知識・経験・能力に応じて、適切な形で情報を提供するとともに、当該消費者の需要や資力に適した商品・役務の提供に配慮するよう事業者が努める規定の必要性等については、消費者契約法専門調査会等において、別途検討することが望まれる。

上記の提案は、成年年齢引下げ対応を検討するという観点から提案されたものであるが、「規定の必要性等については、消費者契約法専門調査会等において、別途検討することが望まれる」とされており、消費者契約法においては「若年成人」を含む消費者全体を念頭においた上で、「消費者に対する配慮に努める義務」の在り方を検討するということが考えられる。

そこで、以下では、消費者契約法上の規律として検討するという観点から、このような提案の意義や課題について整理する。

2. 消費者基本法の規定について

WG報告書にも引用されているとおり、消費者基本法第2条第2項においては、下記のとおり、消費者の自立の支援に当たってということではあるが、「消費者の年齢その他の特性に配慮」しなければならないと定められ、「消費者の年齢」が配慮すべき要素として掲げられている。

【参考条文】

消費者基本法（昭和43年法律第78号）

（基本理念）

第二条（略）

2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

また、同法第5条第1項では、下記のとおり、事業者の責務に関する規定が置かれており、「消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること」や「消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること」などが挙げられている。

【参考条文】

消費者基本法（昭和43年法律第78号）

（事業者の責務等）

第五条 事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- 二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- 五 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

このように、消費者基本法においては、WG報告書において提案されたような消費者に対する配慮に努めるものとする旨の規定が既に置かれている。

もっとも、上記のとおり消費者基本法の規定は「基本理念」あるいは「責務」として置かれているに留まるものであるから、このような規定とは別に、消費者契約法においては、努力義務とはいえ消費者契約という局面において具体化された法的義務として規定していくことが考えられる。

3. 消費者契約法の規定について

消費者契約法においては、下記のとおり、法第3条第1項において、必要な情報を提供する努力義務の規定が置かれている。

【参考条文】

消費者契約法（平成12年法律第61号）
（事業者及び消費者の努力）

第三条 事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。

このように、消費者契約法においても、事業者が消費者に対して情報を提供するよう努めなければならない旨の規定は既に存在していることからすると、WG報告書による提案の要点は、「消費者の年齢、消費生活に関する知識及び経験並びに消費生活における能力に応じて」というように、法第3条第1項における情報提供（努力義務）の方法及び程度を判断するための考慮要因として、一定の事項を追記するという点にあると考えられる。

そして、法第3条第1項は情報提供の努力義務を定めたものに留まるものではあるが、裁判例においては、法第3条第1項に基づく努力義務があることを斟酌して信義則上の説明義務違反を認めたものも存在しており⁷、WG報告書による提案のように情報提供の方法及び程度につき一定の事項を追記することによって、不法行為又は公序良俗違反等に関する一般的規定の解釈・適用の余地を広げることが考えられ、この点に上記提案の意義が存在するものと考えられる。

もっとも、法第3条第1項における情報提供については、現行法においても、法

⁷ 例えば、地下駐車場の賃貸借契約に関し、法第3条第1項に基づく努力義務を考慮した上で、過去に発生した浸水被害につき信義則上の説明義務違反を認めた例として、名古屋地判平成28年1月21日（判時2304号83頁）がある。

第1条の目的に沿って、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差に鑑みた上で、必要な情報の提供をするよう努めることが求められていると考えられ⁸、その方法及び程度を判断するための考慮要因として、一定の事項をさらに追記する必要があるかについては検討を要するものと考えられる。

また、WG報告書においては、個々の消費者の属性に着目して「消費者の年齢、消費生活に関する知識及び経験、消費生活における能力に応じて」という事項の追加が提案されているが、仮に法第3条第1項の規定に一定の事項を追加とした場合に、情報提供の方法及び程度を判断するための考慮要因として、これらの事項が適切かという点を検討する必要がある。

なお、WG報告書の提案のうち、「当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をするよう努める」という点については、適切な形での情報の提供とは別に事業者に一定の行為を求めるものとして、現行の消費者契約法には存在しない規律であると考えられる。そして、消費者契約法はあらゆる消費者契約を対象とするものであり、その対象となる商品や役務も多岐にわたるため、「当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供」という規律が、そのような消費者契約一般の規律として設けることができるかについては慎重な検討が必要と考えられる。

4．他の法律の例

事業者から消費者に対する情報提供の方法や程度について規定した法律として、例えば、金融商品の販売等に関する法律第3条第2項や商品先物取引法第218条第2項・第240条の18第2項においては、説明は、顧客の知識、経験、財産の状況及び当該契約を締結する目的に照らして、当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度によるものでなければならぬ旨の規定が置かれている。

また、金融商品取引法第38条第8号(金融商品取引業等に関する内閣府令第117条第1項第1号)では、顧客の知識、経験、財産の状況及び金融商品取引契約を締結する目的に照らして当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度による説明をすることなく、金融商品取引契約を締結する行為を禁止行為とする旨の規定が置かれている。

これらの規定は、金融商品取引等について、事業者と顧客との間に存在する構造的な情報格差を是正する観点から、顧客が契約を締結するかどうかを判断するため

⁸ 消費者契約法の逐条解説(平成29年2月改訂)においても、「本条は、第1条の目的に沿って、事業者及び消費者双方の努力義務を規定したものである。事業者と消費者との間に情報・交渉力の格差が存在することが、事業者と消費者との間で締結された契約において発生する紛争の背景となることが少なくない。したがって事業者には、(中略)消費者契約の内容についての必要な情報を提供することが求められる。」と記載されている(17頁)。

http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/annotations.html

に必要な情報が顧客に対して実質的に提供されることが必要であるとして設けられたものと考えられる。消費者契約法においても、消費者と事業者との構造的な格差を是正するための情報提供をより実質的なものとする観点から、同様の規定を設けることが考えられる。

他方で、これらの規定は、一定の取引分野に限定した規律として各法に設けられたものでもあり、あらゆる分野の消費者契約を対象とする消費者契約法において同様の規定を設けることの適否については慎重な検討が必要とも考えられる。

以上を踏まえ、消費者委員会成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ報告書において示された「事業者は、消費者契約を締結するに際しては、消費者の年齢、消費生活に関する知識及び経験並びに消費生活における能力に応じて、適切な形で情報を提供するとともに、当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をするよう努めるものとする」という提案について、どう考えるか。

【参考条文】

金融商品の販売等に関する法律（平成 12 年法律第 101 号）

（金融商品販売業者等の説明義務）

第三条 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行おうとするときは、当該金融商品の販売等に係る金融商品の販売が行われるまでの間に、顧客に対し、次に掲げる事項（以下「重要事項」という。）について説明をしなければならない。

（一号～七号 略）

2 前項の説明は、顧客の知識、経験、財産の状況及び当該金融商品の販売に係る契約を締結する目的に照らして、当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度によるものでなければならない。

商品先物取引法（昭和 25 年法律第 239 号）

（商品先物取引業者の説明義務及び損害賠償責任）

第二百十八条 商品先物取引業者は、商品取引契約を締結しようとする場合には、主務省令で定めるところにより、あらかじめ、顧客に対し、前条第一項各号に掲げる事項について説明をしなければならない。

2 前項の説明は、顧客の知識、経験、財産の状況及び当該商品取引契約を締結しようとする目的に照らして、当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度によるものでなければならない。

（商品先物取引仲介業者の説明義務及び損害賠償責任）

第二百四十条の十八 商品先物取引仲介業者は、商品先物取引仲介行為を行おうとする場合には、主務省令で定めるところにより、あらかじめ、顧客に対し、第二百十七条第一項各号に掲げる事項について説明をしなければならない。ただし、第二百十八条第三項の規定により説明をすることを要しない場合は、この限りでない。

2 前項の説明は、顧客の知識、経験、財産の状況及び顧客の商品取引契約を締結しようとする目的に照らして、当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度によるものでなければならない。

金融商品取引法（昭和 23 年法律第 25 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。

（一号～七号 略）

八 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 19 年内閣府令第 52 号）

（禁止行為）

第一百七十七条 法第三十八条第八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。

一 次に掲げる書面の交付に関し、あらかじめ、顧客（特定投資家（法第三十四条の二第五項の規定により特定投資家以外の顧客とみなされる者を除き、法第三十四条の三第四項（法第三十四条の四第六項において準用する場合を含む。）の規定により特定投資家とみなされる者を含む。以下同じ。）を除く。以下この号において同じ。）に対して、法第三十七条の三第一項第三号から第七号までに掲げる事項（二に掲げる書面を交付する場合にあつては、当該書面に記載されている事項であつて同項第三号から第七号までに掲げる事項に係るもの）について顧客の知識、経験、財産の状況及び金融商品取引契約を締結する目的に照らして当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度による説明をすることなく、金融商品取引契約を締結する行為