

論 説

◆ 1 ◆

消費者被害の抑止と民事責任

河上 正二

-
- I 消費者法制の多様性
 - II 消費者関連の保護法益を守る多様な手法
 - III 訪問販売を例に

I 消費者法制の多様性

1 消費者法の要件・効果

わが国には、「消費者法」と称する単行法は存在しない。むしろ、消費者の利益を保護することに関連する様々な法律の複合体が消費者法と呼ばれているに過ぎず、「消費者」の概念さえ、必ずしも明確なものではない(消費者法研究創刊号の諸論稿を参照)。しかも、消費者あるいは消費生活(日常生活)を営む個人と法の接点は極めて多様で、そこで見いだされた人々の法益を保護し、被害を抑すべく法によって仕組まれた諸制度も、消費者個人の財産・身体上の利益保護・原状回復のみならず、事業者の市場における秩序維持・行為規制におよび、それが民事・行政・刑事の様々な効果と結びつけられている⁽¹⁾。もちろん、規制目的との関係で、それぞれの要件は、効果に相応しい形に整えられており、同一の概念が使われる場合でも、いわゆる「概念の相対性」が妥当する⁽²⁾。

改めて指摘するまでもなく、法の世界で「消費者の保護」が問題とされる場合、国際消費者機構(IOCU)が1979年に提唱した消費者の8つの権利と5つの責任が出発点となることが多い⁽³⁾。それらは、わが国の消費者基本法(2000年)にも明記されている。すなわち、消費者が安全で安心できる消費生活を送ることができるようにするため、①消費生活における基本的な需要が満たされ、②健全な環境の中で消費生活を営むことができる中で、③消費生活の安全が確保されること、④商品・役務の自主的・合理的選択の機会が確保されること、⑤必要な情報の提供を受けること、⑥教育の機会が提供されること、

(1) 中田邦博=鹿野菜穂子編『基本講義消費者法〔第2版〕』(日本評論社、2016年)第2章乃至第5章は、それぞれ民事法[鹿野菜穂子]、行政法[中川丈久]、刑法[佐伯仁志]、経済法[川濱昇]で構成されて、消費者法の位置が確認されている。

(2) ここで概念の相対性について深く立ち入ることは避けたいが、たとえば、同じく自動車運転手の前方不注意の「過失」が人身損害を招いたと見られる交通事故でも、刑事の「過失傷害罪」に該当するかどうか争われる局面での「過失」と、民事の不法行為における損害賠償責任や自動車損害賠償責任法における帰責事由としての「過失」では、認定が異なることは充分にあり得ることである(最判昭和34・11・26民集13巻12号1573頁)。

(3) 「消費者の権利」については、大河純夫ほか『消費者法の国際化』(日本評論社、1996年)13頁以下。正田彬『消費者の権利〔新版〕』(岩波新書、2010年)も参照。

⑦消費者意見が政策等に反映されること、⑧被害の救済が適切・迅速に受けられることが必要とされ、同時に、自立支援として、①事業者の適切な活動の確保、②消費者の年齢・特性への配慮、③高度情報化への対応、④国際的連携、⑤環境への配慮なども挙げられ、それらが、個別法令の整備や施策の充実を促進する上での指針となっている。

2 消費者問題への法的対応

いわゆる「消費者問題」は常に時代を反映し、様々な商品や取引形態の登場とリンクする形で次々と発生している。事物関連的に展開する傾向にある消費者保護制度の概観を得るには、消費者問題そのものの展開を紐解くことが手っ取り早い。

(a) 1960年代、我が国の経済が高度成長を遂げ、大量生産・大量販売・信用販売の仕組みが展開する中で、欠陥商品・薬品などによる消費者被害（欠陥自動車問題、カネミライスオイル事件、サリドマイド事件など）や不当表示事件（偽牛缶事件など）が社会問題化した。そこで、個別の特別法として薬事法（1960年）、割賦販売法（1961年）、景品表示法（1962年）などの制定が推し進められた。さらに、1968年には、消費者保護基本法が制定され、消費者政策の基本となる枠組みができ、地方自治法にも、消費者保護が地方自治体の自治事務と位置づけられ（1969年）、消費者保護条例等の制定も進んだ。ここでの民事責任は、あくまで補助的であり、規制も、民法の不法行為責任、製造物責任法上の損害賠償責任などが主であって、むしろ取締規定たる行政法上の責任が中核にあった。良かれ悪しかれ、日本の消費者保護法制は、護送船団方式の国の指導下での事業者に対する行政的行為規制に重点が置かれていた。個々の消費者被害の救済は、その反射的利益でしかなかった。かつては、「取締法規」といえば、私法的・民事的效果のない行政的禁止規定を意味していたのである⁽⁴⁾。

(b) 1970年代には、とりわけ製品の安全性に対する関心が強まるとともに、マルチ商法などの新しいタイプの消費者問題が発生して、被害を引き起こした。こうした中で、消費者問題の重心も、商品の品質・性能や安全性に関するもの

(4) 末広巖太郎「法令違反行為の法的効力」同『民法雑考』（日本評論社、1932年、初出は1929年）。この問題については、河上『民法学入門』（日本評論社、2004年）68頁以下、同『民法総則講義』（日本評論社、2007年）268頁など参照。しかしながら、公序概念の進展により、今日では、もはや「取締規定」なる概念の存在意義はほとんどない。

ばかりでなく、商品の販売方法や契約に関するものへと移行する。旅行業法改正(1971年)、宅建業法改正(1971年)、積立式宅地建物販売業法公布(1971年)などの法改正があり、非店舗取引による多くの被害を受けて、割賦販売法にクーリングオフが導入され(1972年)、訪問販売法(1976年。現行の特定商取引法)等が制定され、無限連鎖講の防止に関する法律(ネズミ講防止法)が公布され(1978年11月)、独占禁止法改正では課徴金制度が導入された(1977年)。民事の世界では、契約の締結の仕方や仕組みが着目され、消費者に対する契約解消権の付与によって、当該契約関係からの離脱が認められるようになった。多くの消費者にとって、望まぬ契約的拘束関係からの離脱が、望まれた効果だったからである。

やがて、1980年代に、経済は情報化・サービス化・国際化を加速させ、クレジットカードの普及によって、消費者による金融サービスに対するアクセスが容易になり、「サラ金」被害や多重債務に関する社会問題が増加した。そこで、消費者信用取引の適正化や消費者契約の内容的適正化、資産形成取引の適正化などのための施策が関心を呼んだ。訪問販売法等に関する重要な法改正や、特定商品の預託等取引に関する法律(1986年)等が制定されたのもこの頃である。1985年に、現物まがい商法(ペーパー商法)で知られる「豊田商事事件」で多くの高齢消費者が被害にあったことは象徴的である。

(c) 1990年代には、大きな転換点が訪れる。いわゆる規制緩和の波の中で、事前規制から事後救済への動きがあり、その手段として、消費者と事業者の間の一般的民事ルールを整備が求められたからである。こうして、製造物責任法(1994年)、消費者契約法(2000年)などが制定された。この2000年という年は、超高齢化社会への対応から介護保険法の基本的考え方が「措置から契約へ」と転換されたときでもあり、高齢者の自立支援の一環として民法の成年後見制度の改正も実現した。また、1990年代には、「IT革命」と呼ばれる急激な高度情報化が進み、インターネットなどの新たな情報通信技術の発展が、これに十分対応できない消費者の間で新たな問題を引き起こした。電子消費者契約法(2003年)、個人情報保護法(2003年)などの整備も、こうした高度情報化への法的対応である。

2000年は、BSE(牛海綿状脳症)問題で幕が開け、食の安全に対する信頼が揺らぎ、食の安全と適正な食品表示が追求された。食に関しては、食品安全基本法(2003年)が制定され、国の食品安全委員会が設立された。また、2004

年6月、旧消費者保護基本法が改正されて消費者基本法となり、新たな消費者政策の計画的推進が図られた。しかし、この間にも、食の安全を脅かす事件や、高齢者の生活の基盤である「いのち金」を狙った悪質商法など多くの問題が発生した。リコール隠しや食品偽装などの不祥事が、事業者内部からの通報を契機として明らかとなったことから、通報者の保護を図るとともに事業者の法令遵守をはかることを目的とした公益通報者保護法（2004年）が制定されたのもこの頃である。貸金業法（2006年全面改正）・出資法（1954年、2006年改正）も全面改正を受けて、多重債務者問題に対処するようになり、消費者保護法制はますます入り組んだ様相を呈してきた。

Ⅱ 消費者関連の保護法益を守る多様な手法

消費者関連の保護法益を守る手法は、既に見たように、民事・刑事・行政と多様であるが、消費者法における規律には、さらに経済法的な観点からの業法や、下位の政令・通達レベルで実施される行政規制や行政指導、更にその一歩手前で行政の意をくんだ業界の自主規制ガイドライン、公正競争規約などが、實際上、重要な意味を持つことが少なくない。

たとえば、商品先物取引に関する法律では、いわゆる再勧誘禁止や不招請勧誘禁止ルールが定められているが、近時の経産省の政令改正で法律に規定された不招請勧誘禁止を緩和し、業界の自主規制ルールに委ねようとして、被害の再燃が懸念されたことは記憶に新しい。また、美容医療関係では、医療法（1948年）で広告が規制されているが、医療機関のホームページでの広告まがいの表現について規制の対象とすべきではないかが問題となり、厚生労働省はガイドラインと自主規制ルールで様子を見る態度をとり続けてきたが（「医療機関のホームページの内容の適正なあり方に関する指針」〔2012年〕）、最近、ようやく見直しに向けた動きが見られる。

こうした中であって、従来の民事ルールは、個別取引における消費者個人の被害救済では意味を持つが、あくまで限定的な事後規制にとどまるという限界があった。個別の損害賠償や被害回復に焦点を当てて問題を考えているだけでは問題全体の一部しか見ないことになり、より一般的な形での差止請求や集団的被害回復手続、行政規制の手法の接合が重要となる。他方で、行政取締規定の拡張の中から、民事や刑事の世界での効果に及ぶ現象も見出されるように

なった。

たとえば、適合性原則違反のように伝統的には金融商品販売方法における行為規制違反行為が、その「著しい逸脱」を前提に、民法上の不法行為責任につながり得ることが、最高裁の判例レベルでも認められるようになった(最判平成17・7・14民集59巻6号1323頁)。その射程を巡っては、なお議論があるものの、適合性原則の考え方を、より広く消費者法の世界に広げるべきではないかとの主張も唱えられるようになった⁽⁵⁾。また、近時の改正による景表法違反への課徴金制度などは、明らかに刑事責任的発想と結びついている。

つまり、消費者関連の種々のルールは、要件を異にしつつ、行政規制・刑事規制・民事規制の様々な効果と結びつけられて展開しており、更に言えば、消費者の一人ひとりが如何なる意識を持って市場における選択的行動をなし、それを法がどのように支援するかが、市場秩序や環境などを整えるにあたって重要な意味を持つことが意識されるようになったのである。国家の、一般的な姿勢としても、取締規定で禁じた行為が民事でその有効性を認められることは理念矛盾であって、暴利行為論を手がかりに、「消費者公序」として民法の90条の解釈の中で、その効力を否定すべきことも模索されている⁽⁶⁾。

民法は民事効を主たる効果とする民事の一般法であるが、特商法では行政的規制のほか、民事効、場合によっては刑事罰が加わり、その実効性確保がはかれる。消費者契約法も基本的には民事効を定める法律ではあるが、適格消費者団体による差止め等による事業者の行為規制に関する規定が組み込まれ、特定適格消費者団体は共通義務確認訴訟と集団的損害賠償請求訴訟の2段階で、個々の消費者の被害回復をも可能とする仕組みを備えるに至ったものである。

こうしてみると、消費者法制には、事後的民事救済に関する民事効で専ら対処するものと、一般的取締規定や、登録制度・規制基準策定などを通じて行政規制で予防的に対処するもの、その実効性を確保するための行政措置・行政罰、さらには刑事罰を用意するもの等があり、それぞれの手法が、被害回復や予防・拡大防止、市場の適正化などを通じて、消費者の権益保護のために機能しているといえる。かかる措置のいかなる組み合わせがベスト・ミックスかとい

(5) 「特集・適合性原則と消費者法」現代消費者法 28号(2015年)、河上ほか「特集・適合性原則と消費者法」消費者法ニュース 109号(2016年)参照。

(6) 大村敦志『消費者法〔第4版〕』(2011年、有斐閣)128頁以下。

う観点から制度を考えていく必要があることが理解されよう。消費者法が「複合法領域である」⁽⁷⁾、あるいは、「さまざまな特別法・判例・一般原理の織りなすモザイク」⁽⁸⁾と言われる所以である。

もっとも、刑事法が消費者法と接点を持つ場面のひとつは、商品・役務の安全性の確保、広告・表示の規制、悪質商法の取締りなどの局面であり、結果として、刑事法の役割は限定的・補充的となることが多い。つまり、他の措置によっては十分な抑止効果が期待されない場合や、消費者の取引上の重大な財産的被害、欠陥商品による消費者の生命・身体が害される場合に限られる傾向にある。しかしながら、今日では、刑事法の一般予防的機能が重視され、その適用対象を拡大しつつある。と同時に、消費者保護を目的とした行政取締法規違反に対する行政罰・刑事罰が、違法な行為の抑制的効果を期待されることも少なくない（電気用品安全法8条以下、27条以下、57条3号・4号、薬機法44条、50条以下、66条など）。たとえば、ネズミ講やマルチ商法の場合、無限連鎖講防止法や特定商取引法によって、取引システムそのものの違法性に着目し、刑事法上の詐欺罪にまでは該当しないような場合にも、罰則が定められている（たとえば、特商法70条、70条の3、71条、72条1項1号など）。さらに、違法な勧誘行為を対象とする特定商取引法上の重要事項の不告知、不実告知、威迫・困惑行為の処罰規定などでは、取引の前段階の事業者の行為を規制し、違反行為に罰則を科している。また、食品についても、食品衛生法が、公衆に危害を及ぼすおそれがある「虚偽の又は誇大な表示又は広告」を禁止・処罰しており（同法20条、72条）、JAS法が原産地についての虚偽表示をした飲食料品の販売を処罰している（同法19条の13、23条の2）といった例もある。

Ⅲ 訪問販売を例に

具体的に、少し踏み込んで、特商法における訪問販売規制を例に、近時の改正を前提に、その構造を見てみよう。

まず、平成14(2002)年改正では、いわゆる「迷惑メール」の社会問題化を

(7) 鎌田薫『「消費者法」の意義と課題』岩波講座現代の法(19)12頁(1997年)、大村・前掲注(6)12頁。

(8) 斎藤誠「行政過程と消費者」ジュリスト1139号27頁(1998年)。

受け、電子メールによる商業広告の受け取りを希望しない旨の受信者の意思表示の選択を義務づけ、そのような意思表示がなされた場合には、当該消費者への電子メールによる商業広告の送信を禁ずることとされ、あわせて、事前承諾等のない広告メールには「特定電子メールである旨」の表示が義務づけられた。さらに、平成16(2004)年改正では、訪問販売等において、高齢者などを狙った点検商法や若者を狙ったアポイントメントセールスなどの販売目的を隠しての接近や、虚偽・誇大な説明で高額商品・サービスを購入させる悪質商法によるトラブルの多発を受けて、規制強化と民事ルールの整備が行われた。そこでは、(i)訪問販売をする際に販売目的の訪問であることの明示すべき義務や、(ii)販売目的であることを隠して公衆の出入りしない個室に誘い込んで勧誘することの禁止、(iii)重要事項の不告知に対する刑事罰、(iv)不実告知や重要事項不告知による勧誘によって誤認して締結させられた場合の契約取消権、(v)事業者がクーリングオフを妨害した場合のクーリングオフ期間の延長、などが定められた。また、迅速・的確な法執行のために、禁止された不実告知・誇大広告を行った「疑い」のある事業者に対して、かかる広告・表示の「合理的な根拠を示す資料」の提出を求めることができるものとし、提出されない場合には、不実告知・誇大広告であるものとみなされることとして(いわゆる不実証広告。不実告知につき特商法6条の2、21条の2、30条の2、34条の2、44条の2、52条の2。誇大広告につき、同法12条の2、36条の2、43条の2、54条の2)、要件充足のための行政による立証を緩和すると同時に、規制対象事業者と密接な関係を持つ事業者に対する行政調査等も可能とした(同法66条2項、同法施行令17条の2)。

続いて、平成20(2008)年改正では、高齢者に対するクレジットを利用した訪問販売等の被害が深刻化したのを受け、訪問販売の規制強化や、クレジットカード情報保護の強化措置などがとられた。とくに、特商法では、従来の指定商品制・指定役務制を廃止し、原則としてすべての商品・役務の販売が規制対象とされ、訪問販売では、再勧誘の禁止、過量販売の解除にかかる規定が新設され、行政調査にかかる規制も拡充された(報告徴収や立ち入り検査につき、特商法66条1項、2項、3項)。

こうして、訪問販売に対する行政規制では、①事業者が勧誘に先立って指名等を明示すべき義務(特商法3条)、②勧誘を受ける意思があるかを確認すべき義務(同法3条の2第1項)、③契約を締結しない旨の意思を示した者に対する

際勧誘の禁止（同法3条の2第2項）、④申込書面交付義務（同法4条）、⑤重要事項についての不実告知・不告知、威迫し・困惑させる行為の禁止（同法6条1項～3項）、⑥勧誘目的を秘して公衆の出入り市内場所に誘い込んで勧誘することの禁止（同法6条4項）等があることになる。このうち、違反に対する罰則が用意されているのは、④⑤（特商法72条1項1号）、⑥（同法70条）、⑦（同法70条の3）であり、刑事罰とは別に、②以外の違反行為には、主務大臣から、必要な措置をとるべき指示命令（同法7条）や、業務停止命令（同法8条）の行政処分が可能となる。さらに、指示処分違反に対しては、業務停止命令および刑事罰が科され（同法72条1項2号）、業務停止命令違反は刑事罰の対象となる（同法70条の②）とされている。

いうまでもなく、民事では、クーリングオフ制度や、過量販売における申込撤回権、重要事実の不実告知・不告知を理由とする契約取消権、解除に伴う損害賠償額の制限などの規制があるわけであるから、全体としてみると、極めて重層的な民事・行政・刑事の規制があることがわかる。

刑事責任は、その手続の厳格さゆえに、ややもすると迅速性に欠け、直接の被害回復につながらないため、民事効や行政措置ほどに機動的ではないと評されることがある。しかしながら、刑事制裁が一定の犯罪的事業活動に対する抑止効果を持ち、厳格な原因究明のもとで、公正かつ透明な市場ルールの確立に寄与することもまた事実である。我が国の法制度において、強制手段を用いた捜査が行えるのは刑事手続およびこれと密接に結びついた犯則調査手続に限られており（たとえば金商法210条以下、独禁法101条以下）、間接強制のみによって担保された通常の行政調査では、悪質な業者に対し効果的な対応が期待できないため、刑罰規定の存在が大きな意味を持つ。加えて、犯罪による収益移転防止に関する法律（2007年）をはじめ、犯罪利用預金口座等に係る資金による被害回復分配金の支払等に関する法律（2007年「振り込め詐欺救済法」）、犯罪被害財産等による被害回復給付金の支給に関する法律（2006年「被害回復給付金支給法」）などは、明らかに被害者の被害回復にも貢献している。

ちなみに、景表法改正における新たな課徴金制度（2014年法118号）では、不当な表示を行った事業者に対し、一定の課徴金が課せられることとなった（同法8条）。その性格は、刑事罰の一種と考えられ、他の行政罰との関係において二重処罰の問題はないものとして整理されていることは既に述べた。納付された課徴金を、国が被害者に給付・還元する仕組みこそ採られなかったもの

の、事業者が定められた手続きに従い被害者に「自主的返金」を行った場合には、その返金額に応じた課徴金減免措置が受けられるため(同法10条, 11条), これが間接的に被害回復にとって機能することが期待されている。

行政罰と刑事罰の関係は、必ずしも明快なものではないが、その目的、手続等に差異があることは当然である。消費者法における罰則規定の多くは行政罰であって、行政庁の監督行政の実効性を担保するための罰則規定が重要な役割を演ずる。行政罰は、措置命令・業務停止命令・業務改善命令などの実効性を担保する目的での命令違反に対するものであることが多く、これまで、その金額は必ずしも大きいものではなかった。しかし、平成28(2016)年の通常国会に提出された特商法改正法では、不当な勧誘行為等に対する罰則が大いに強化された。すなわち、①次々と法人を立ち上げて違反行為を行うような悪質な事業者に対し、業務停止を命じられた法人の取締役や同等の支配力を有すると認められるもの等に停止範囲内の業務を新たに法人を設立して継続することを禁じ、これに違反した場合、個人に3年以下の懲役または300万円以下の罰金、法人に3億円以下の罰金を科し(8条の2第1項)、②行政調査権限を強化して質問権を追加し、違反や忌避に対しては、個人に6ヶ月以下の懲役又は100万円以下の罰金、法人に100万円以下の罰金が科せられる(66条第1項)。さらに、③不実告知に対する法人への罰金を300万円以下から1億円以下に引き上げ、業務停止命令違反に対する懲役刑の上限を2年から3年に引き上げ(70条, 74条)、業務停止命令を受けたような悪質な処分事業者に対し消費者利益を保護するための必要な措置を指示することができることとして、違反した場合は、個人には6ヶ月以下の懲役又は100万円以下の罰金、法人には100万以下の罰金が科される。最後の「必要な処置」には、「返金命令」も含まれ得ると説明されており、消費者個人の被害回復に繋がる制度となることが期待されている。

景表法違反の著しい有利誤認・有料誤認表示が、民事の世界で、契約取消権や損害賠償請求権に結びついたり、不当勧誘行為としての行政庁の認定が、民事の不実表示や威迫困惑行為の立証に援用可能となる方向での民事責任との接近は、そう遠い将来のことではあるまい。

* 「刑事罰」(=刑罰・刑)は、犯罪に対する法律上の効果として行為者に科せられる法益の剥奪(制裁)を内容とする処分で、生命刑・自由刑・財産刑が存在し、財産刑には、主刑として「罰金」・「科料」、付加刑として「没収」がある。行政

上の義務違反に対し科される刑法に刑名のある刑罰（懲役・禁固・罰金・拘留・科料・没収）を「行政刑罰」と呼び、原則として刑法総則の適用があり（刑8条）、裁判所が刑事訴訟法の定めに従って科刑する。行政刑罰は、通常の刑罰と異なり、行政上の義務違反に対し、実効性を確保する見地から科されるため、法人も処罰の対象とされたり、違反行為者のみならず、その使用者にも科刑されるなどの特別規定（両罰規定）が設けられることがある。今日、法人に対する罰金刑は、次第に高額化しつつある（食品衛生法78条1号〔1億円〕、不正競争防止法22条1項〔3億円〕、独占禁止法95条1項1号〔5億円〕、金商法207条1項1号〔7億円〕など）。

これに対し、行政上の義務違反行為については、一般統治権に基づき、一般私人に制裁として科せられる罰を「行政罰」と呼び、行政刑罰と秩序罰の2種が含まれる概念である。なお、刑罰としての罰金・科料と似て非なるものものに、「過料」（「あやまちりょう」と呼ばれる）があり、これは専ら「行政罰」である。過料の例は多いが、その性質は一樣ではなく、適用される法原則や科罰手続きも多様である。大別して3種あり、第1は「秩序罰」としての過料であり、民事法上の義務違反に対するもの〔会社976条～979条〕、訴訟法上の義務違反に対するもの〔民訴192条、200条、209条〕、行政法上の義務違反に対するもの〔収用146条、住民台帳50条～53条〕、地方公共団体の条例・規則違反に対するもの〔地方自治14条3項、15条2項など〕がある。第2が「執行罰」としての過料であり〔砂防36条〕、第3が「懲戒罰」としての過料である。すべて、過料は、刑罰ではないので、刑法総則・刑事訴訟法の適用がない。科罰手続の一般法として非訟事件手続法の定め〔非訟119条～122条〕と地方自治法の規定（地方自治255条の3）があるが、ほかに各個別法令で独自の手続きが定められている。

以上見てきたように、消費者法制には、事後的民事救済に関する民事効で専ら対処するものと、一般的取締規定や、登録制度・規制基準策定などを通じて行政規制で予防的に対処するもの、その実効性を確保するための行政措置・行政罰、さらには刑事罰を用意するもの等があり、それぞれの手法が、被害回復や予防・拡大防止、市場の適正化などを通じて、消費者の権益保護のために機能している。かかる措置のいかなる組み合わせが最善であるかという観点から制度を考えていく必要がある。その意味では、これまで以上に、事業者の市場行動規整にシフトした議論が重要となろう。少なくとも、これまでのように、個別の被害救済という観点からのみ「取締規定の私法上の効力」の問題をたてる手法は、課題の一面しかとらえていないことになる。

【参考文献】

- ・長井圓『消費者取引と刑事規制』（信山社，1991年）
- ・芝原邦爾「消費者保護と刑法の役割」『経済刑法研究（下）』（有斐閣，2005年）790頁以下
- ・京藤哲久「消費者保護と刑事法」岩波講座現代の法（6）『現代社会と刑事法』（岩波書店，1998年）161頁以下
- ・斉藤豊治「消費者保護と経済刑法」現代刑事法30号25頁（2001年）
- ・神山敏雄＝大山弘「消費者保護と刑事法の役割——経済取引を中心に（〔日本刑法学会第67回大会〕ワークショップ）刑法雑誌30巻3号445頁（1990年）
- ・神山敏雄ほか編著『新経済刑法入門』（成文堂，2008年）232頁以下
- ・川合昌幸「財産の保護—1—消費者保護（刑事法の課題と展望）」ジュリスト852号38頁（1986年）
- ・木村光江「消費者保護と刑法」警察学論集61巻12号1頁以下（2008年）
- ・川出敏裕「刑事法と消費者法」別冊ジュリスト200号『消費者法判例百選』65頁（2010年）
- ・佐伯仁志「消費者保護における刑法の役割（シンポジウム 消費者法における公私の協働（1）実定法学のクロスロード）」北大法学論集57巻5号2198頁（2007年）
- ・佐伯仁志「消費者と刑法」中田邦博＝鹿野菜穂子編『基本講義消費者法〔第2版〕』（日本評論社，2016年）
- ・芝原邦爾＝古田佑紀＝佐伯仁志編著『経済刑法——実務と理論』（商事法務，2017年）
- ・長井長信「消費者保護は刑法でどうあつかわれるか？」法学セミナー484号37頁（1995年）
- ・林弘正「消費者問題への刑事法的アプローチ：ヤミ金融および経済刑法から見た消費者保護（長引く不況と消費者問題）」法政論叢41巻1号195頁（2004年）
- ・古川伸彦「刑法による消費者保護」山口厚編著『経済刑法』207頁以下（商事法務，2012年）
- ・松本恒雄「貸金業における規制と自主規制」消費者金融サービス研究会年報4号93頁（2003年）
- ・日本弁護士連合会『消費者法講義〔第4版〕』（日本評論社，2013年）
- ・消費者庁・平成26年版，平成27年版『消費者白書』
- ・全国消費生活相談員協会編・平成24年度版『消費生活のための法律65』
- ・「〈特集〉消費者法制の現状と取組」ジュリスト1461号10頁以下（2013年）