

消費者の取消権 (第20回における議論の整理)

令和3年7月16日

消費者庁

目次

1. 困惑類型の脱法防止規定 …P. 3
2. 心理状態に着目した規定 …P. 9
3. 判断力不足に着目した規定 …P. 14

1 困惑類型の脱法防止規定

7月2日第20回検討会での提案

I – 1 困惑類型の脱法防止規定

提 案

法第4条第3項第1号、第2号、第6号～第8号(消費者の心理状態に関する事業者の認識を要件としない類型)の脱法防止となる受け皿規定として、取引上の社会通念に照らし、消費者が当該消費者契約を締結しない旨の判断をすることを妨げる行為をすることとしてはどうか。

※一般的・平均的な消費者が、その意思に反して契約を強いられたと言える場合で、なおかつ、上記各号と同等の不当性を有する場合を想定。

1 困惑類型の脱法防止規定

(参考) 「困惑」類型(法4条3項)の整理

類型	規定	消費者の事情		事業者の行為態様	
		属性 (客観面)	心理状態 (主観面)	主観面	客観面
強迫類似型	不退去(1号)	—	—	—	住居等から退去しない
	退去妨害(2号)	—	—	—	消費者を勧誘場所から退去させない
	靈感等による知見を用いた告知(6号)	—	—	—	靈感等による知見として不安をあおり契約すれば不利益回避等を告知
	契約前の義務実施(7号)	—	—	—	契約を締結したら負う義務内容を実施、原状回復を困難にする
	契約前活動の損失補償請求(8号)	—	—	—	・事業者が契約締結を目指した事業活動を実施 ・これによる損失請求等を告知
つけ込み困惑型	経験の不足による不安をあおる告知(3号)	社会生活上の経験が乏しい	願望の実現に不安	不安を知っていた	不安をあおり、願望実現に必要だと告知
	経験の不足による好意の感情の誤信に乗じた破綻の告知(4号)	社会生活上の経験が乏しい	好意の感情を誤信	誤信を知っていた	これに乘じ、契約しないと関係破綻を告知
	判断力の低下による不安をあおる告知(5号)	加齢又は心身の故障により判断力が著しい低下	現在の生活の維持に不安	不安を知っていた	不安をあおり、契約しないと生活維持は困難と告知

1 困惑類型の脱法防止規定

主な意見

(規定の方向性に関するもの)

- 霊感等による知見を用いた告知(第6号)は異質であることから、すべてを包括した受皿規定を設けることは困難であり、類型ごとに分けて脱法防止のための規定を設けてはどうか。
- 第1号と第2号の受皿規定と、事務局資料の事例2(第20回資料1の9頁)を対象とする受皿規定を考えるべき。第8号は第7号の受皿規定となっているところ、第8号の脱法行為は想定しがたいのではないか。
- 第1号・第2号、第7号・第8号の共通性を括り出すこともあり得るのではないか。

1 困惑類型の脱法防止規定

主な意見

(具体的な規定方法に関するもの)

- ①事業者が勧誘に際して不退去その他の不利益を作出し、②当該不利益に起因する心理的圧迫を利用して契約を締結させた場合が考えられる。
- 「害悪の告知＋畏怖」とまでは言えない「強引・威迫的勧誘行為＋困惑」類型を捉えるのが適切である。
- 事務局資料の事例1、事例2(第20回資料1の8・9頁)のような「強迫的な言動」、「度重なる電話での勧誘」、「長時間の拘束」などの具体的な行為を規制できる規定にする必要。
- 第1号、第2号の受皿規定として、有形無形の力を用いて消費者の意思を歪めるものの一例という観点から、「威力を用いることにより、消費者に対し直ちに契約を締結するか否かを判断するよう求めること」が考えられる。
- 事務局資料の事例2に対応するため、「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した場合において、事業者が消費者の意思に反して勧誘し、直ちに契約を締結するか否かを判断するよう求めること」が考えられる。

1 困惑類型の脱法防止規定

主な意見

(具体的な規定方法に関するもの)

- 消費者と事業者との間で「取引上の社会通念」の意味が一致しているとは限らず、取引が多様化する中で社会通念も多様化していることに照らすと、信義則の方が分かりやすい。
- 「取引上の社会通念」を基準とすると、業界の常識に反するような勧誘は駄目だということで、イノベーティブな勧誘方法が基本的にはすべて否定されることにもなりかねない。
- 「妨げる行為」を具体化するか、逐条解説等で具体例を挙げるなどにより、勧誘の違法性の水準を緩和するものではない点を明記すべき。

1 困惑類型の脱法防止規定

規定の方向性

消費者の心理状態に関する事業者の認識を要件としない類型について、事業者による不当な働きかけを、
①消費者の行動を制約する行為(第1号・第2号)、②消費者に心理的な負担を生ぜしめる行為(第7号・第8号)へと類型化した上で、類型ごとに同等の不当性を有する場合を捉える受け皿となる規定を設けてはどうか。

(例)

- ①第1号・第2号→「前二号に掲げるもののほか、(正常な商慣習に照らして不当に)当該消費者の行動を制約することにより当該消費者の判断の自由を制限する行為」
- ②第7号・第8号→「前二号に掲げるもののほか、(正常な商慣習に照らして不当に)当該消費者に、当該消費者契約を締結しなければならないという心理的な負担を生ぜしめる行為」
※第8号の要件を緩和し整理することも考えられる。

2 心理状態に着目した規定

7月2日第20回検討会での提案

I－2 心理状態に着目した規定

提 案

事業者が、消費者が焦って判断してしまうような状況を設定したという観点から、①事業者が、契約の申込み又はその承諾の意思表示をする期間を極めて短く限定する勧誘を行った場合、又は、②事業者が、広告(不特定多数の消費者に対する勧誘)を見た消費者に対し、重要部分において広告とは異なる勧誘を行った場合を要件とした上で、これらの場合において、事業者が、正当な理由がある場合でないのに、その場において契約をするか否かを判断するよう求め、それによって消費者が契約を締結した場合の取消権を設けることとしてはどうか。

2 心理状態に着目した規定

主な意見

(総論)

- 高揚感や期待をあおる行為についても取り消すことができるようにならるべき。
- 通常行われている営業活動が取消しの対象とならないようにならるべき。
- ヒューリスティックな意思決定への勧誘者の悪質な誘導が問題。気が散って意思表示に対して集中できない環境下の勧誘が想定され、短い時間での意思決定に限られないのではないか。

2 心理状態に着目した規定

主な意見

(①について)

- 「極めて短く限定する勧誘」に該当するかどうかは、商品、取引類型などに照らして判断されるので、「取引の類型や契約締結の態様(等)に照らして」といった判断のための考慮要素を加えることも考えられるのではないか。
- 「極めて短く」がどの程度の長さの時間を指すのかについて、少なくとも判断指標を示す必要があり、例えば契約金額の大小が考えられるのではないか。
- 「極めて短く限定」について、商品・サービスによって時間が異なるため、契約の目的物等の特性に考慮した解釈を逐条解説に示す等していただきたい。
- 「期間を極めて短く限定する勧誘」がどの程度の期間を指すのか、どのような場合を規制対象となるのかを明らかにすべき。1日限定のタイムセールやキャンペーンの最終日の勧誘などができなくなると、影響が大きい。
- タイムセールなど、意思表示をする期間を極めて短く限定することが合理的な勧誘が存在する。
- 正当な理由がない場合とはどのようなケースか、より明確化する必要。

2 心理状態に着目した規定

主な意見

(②について)

- 提案がどのような場面を想定しているのかが分かりにくい。これだけを取り出すと不実表示の問題にも見えるので、浅慮の惹起が問題であることを表す必要がある。
- 不意打ちがあったとしても、心理学的な意味での浅慮になるとは限らないので、そのような心理状態に陥ることを要件とすべきではないか。

(その他の具体的な規定方法について)

- 契約を締結するか否かの判断を求めるることは通常行われていることなので、前回(第12回)の提案にあった「迫る」に意味があったのではないか。

2 心理状態に着目した規定

規定の方向性

①事業者が、正常な商慣習に照らして不当に消費者の判断の前提となる環境に対して働きかけることにより、消費者が適切な判断をすることができない状況を作出し、②消費者の意思決定が歪められたことが問題ではないか。

- ①について、検討時間を制限する行為や、高揚感をあおる行為、注意力を削ぐ行為等の要素(これらの要素が複合的に利用される場合も含む。)を検討。
- ②について、①の行為がなければ、一般的・平均的な消費者であれば当該契約を締結するという判断をしない場合を想定。

3 判断力不足に着目した規定

7月2日第20回検討会での提案

I –3 判断力の不足に着目した規定

提 案

- a. 当該消費者が契約の締結を必要とする事情がある場合その他の正当な理由がある場合でないのに、当該消費者の生活に将来にわたって不可逆的な支障を及ぼすものである内容の消費者契約(具体的には、自宅の売却や、貯蓄を大きく損なうこととなる契約、消費者の収入の一定割合を超える支出が継続的に発生する契約)を締結した場合について、
- b. 当該消費者契約の内容が当該消費者の生活に将来にわたって不可逆的な支障を及ぼすことであることについて事業者が善意でかつ過失がないときを除く形で、
- c. 判断力の著しい低下について内閣府令又は逐条解説等により基準の明確化を図った上で取消権を設けることとしてはどうか。

(aについて)

過量契約取消権が契約の目的となるものの「量」に着目しているのに対し、当該消費者の生活への支障という契約の「質」に着目

(bについて)

判断力の著しい低下については、事業者の認識が要件とされていない。

(cについて)

例えば、(1)取引の前の段階で、MMSEが、認知症の疑いがあるものとされる23点を下回っていたこと、(2)取引から半年以内にMMSEが15点を下回っていたこと、(3)介護保険の主治医意見書があることなどが考えられる。(第20回と同じ)

3 判断力不足に着目した規定

主な意見

(取消しの対象となる契約・対象とすべき根拠について)

- 取消しの対象となる契約に該当するのか否かについて、事業者が契約時に判断できるよう、対象となる契約を具体化・明確化すべき。
- 「当該消費者が契約の締結を必要とする事情がある場合その他の正当な理由がある場合でないのに」という部分の明確化も必要。
- 多くの高齢者は、現時点では蓄財があっても、取り崩して生活をすることになるので、「将来にわたって」という部分の解釈を明確にする必要。
- 現時点では直ちに生活に支障を及ぼさない場合であっても、将来の生活に支障を及ぼす可能性があれば対象になることを明らかにすべき。
- 「将来にわたって」という部分が具体化されるのであれば、「不可逆的な」は削除してもよい。

3 判断力不足に着目した規定

主な意見

(取消しの対象となる契約であることに関する事業者の認識について)

- 事業者側に悪意と同視される程度の重過失がない場合を除外するといった規定の方が柔軟に対応できるのではないか。
- 事業者の無過失を要件とすると、事業者に、自宅を売却する理由や貯蓄等に関する調査義務・注意義務が生じ、取引社会にかなり大きな影響を及ぼすのではないか。
- 事業者に重過失がある場合に限定すると、訴訟や消費生活相談の実務において活用できなくなる。
- 契約締結を必要・相当とする事情があると信じ、かつ信じたことに理由がある場合もありうるので、この点を更に検討すべき。
- 事業者が、当該消費者の周囲の複数の人間に確かめるなどして、支障がないと判断した(が、その判断が誤っていた)という場合には契約が取り消されることがないことを確認しておくとよいのではないか。

3 判断力不足に着目した規定

主な意見

(消費者の判断力に関する事業者の認識について)

- 正常な事業活動が取消しの対象とならないよう、判断力の著しい低下について、事業者の主観面(悪意か有過失)を要件とすべき。
- 事業者の悪意が要件とならないとしても、事業者側に当該消費者には十分な判断力があるものと信すべき正当な理由がある場合には取消しを免れる、という規律も検討に値するのではないか。
- 対象を限定することで事業者の立場に配慮したことや、被害救済の救済コストの分担という観点から、事業者の主観的要件は設けるべきではない。
- 消費生活相談の実情として、事業者から、判断力に問題があることは分からなかつたと言われてしまうと、それ以上、あっせんは進まない。

3 判断力不足に着目した規定

規定の方向性

取消しの対象となる契約について、対象とすべき根拠とともに、事業者がどのような認識であれば取消しを受容すべきかを整理し明確化を図ることとしてはどうか。

- 当該消費者の生活を将来にわたり成り立たなくするような契約を対象として想定。
- 取消しの対象となる契約であることについて、事業者の悪意又は悪意と同視される程度の重過失がない場合には、取り消すことができないものとしてはどうか。
- 消費者の判断力については、客観的な基準により判断することとし、事業者の認識は要件としないこととしてはどうか。