

消費者契約法の一部を改正する法律（平成28年法律第61号）

消費者と事業者との間の情報・交渉力の格差に鑑み、**契約の取消し**と**契約条項の無効等**を規定

1. 契約の取消し

<現行規定>

事業者の以下の行為により契約を締結した場合、消費者は取消しが可能

- ① 不実告知（重要事項〔＝契約の目的物に関する事項〕が対象）
- ② 断定的判断の提供
- ③ 不利益事実の不告知
- ④ 不退去／退去妨害

<課題>

高齢者の判断能力の低下等につけ込んで、大量に商品を購入させる被害事案

契約の目的物に関する不実告知による被害事案（例：床下にシロアリがあり、家が倒壊）

取消権の行使期間を経過した被害事案

<改正内容>

過量な内容の契約の取消し
（新たな取消事由）

重要事項の範囲の拡大

行使期間の伸長
（短期を6か月→1年に伸長）

○ このほか、取消しの効果についても規定

○ このほか、消費者団体訴訟制度（差止請求）に関する規定が置かれている

2. 契約条項の無効

<現行規定>

消費者の利益を不当に害する条項は、無効

- ① 事業者の損害賠償責任を免除する条項
- ② 消費者の支払う損害賠償額の予定条項
- ③ 消費者の利益を一方的に害する条項（「一般条項」）

⇒ 【10条】①民法、商法等の任意規定の適用による場合と比べ消費者の権利を制限する条項であって、②信義則に反して消費者の利益を害するものは無効

<課題>

消費者の解除権を一切、認めない条項の存在
（→欠陥製品であっても残金を支払い続ける）
（例：「いかなる場合でも解除できません」）

法10条の①は明文の規定だけではなく、一般的な法理等も含むとする最高裁の判決

<改正内容>

事業者の**債務不履行等の場合でも、消費者の解除権を放棄させる条項**
（無効とする条項の追加）

法10条に例示を追加
（※）

（※）消費者の不作为をもって意思表示をしたものとみなす条項

○ このほか、「民法の規定による」という文言を削除

○ 施行期日は、公布日から起算して1年を経過した日（平成29年6月3日）

<経緯>

平成28年改正
 ・過量契約の取消権
 ・消費者の解除権を放棄させる条項の無効 等

【衆・参消費者特委 附帯決議】
 今後の検討課題について
 必要な措置を講ずる旨

消費者
 委員会
 答申
 (29年8月)

平成30年改正
 消費者と事業者の交渉力等の格差に鑑み、
 消費者契約に関する被害事例等を踏まえ対応

取り消しうる不当な勧誘行為の追加等

- ① **社会生活上の経験不足の不当な利用**
 - (1) **不安をあおる告知**
 例: 就活中の学生の不安を知りつつ、「このままでは一生成功しない、この就職セミナーが必要」と告げ勧誘
 - (2) **恋愛感情等に乗じた人間関係の濫用**
 例: 消費者の恋愛感情を知りつつ、「契約してくれないと関係を続けられない」と告げて勧誘
- ② **加齢等による判断力の低下の不当な利用(※)**
 例: 認知症で判断力が著しく低下した消費者の不安を知りつつ「この食品を買って食べなければ、今の健康は維持できない」と告げて勧誘
- ③ **靈感等による知見を用いた告知(※)**
 例: 「私は霊が見える。あなたには悪霊が憑いておりそのままでは病状が悪化する。この数珠を買えば悪霊が去る」と告げて勧誘
- ④ **契約締結前に債務の内容を実施等**
 例: 注文を受ける前に、消費者が必要な寸法にさお竹を切断し、代金を請求
- ⑤ **不利益事実の不告知の要件緩和**
 例: 「日照良好」と説明しつつ、隣地にマンションが建つことを故意に告げず、マンションを販売
 → 故意要件に重過失を追加

※衆議院において追加された規定

無効となる不当な契約条項の追加等

- ① **消費者の後見等を理由とする解除条項**
 例: 「貸借人(消費者)が成年被後見人になった場合、直ちに、貸貸人(事業者)は契約を解除できる」
- ② **事業者が自分の責任を自ら決める条項**
 例: 「当社が過失のあることを認めた場合に限り、当社は損害賠償責任を負う」

事業者の努力義務の明示

- ① **条項の作成**: 解釈に疑義が生じない明確なもので平易なものになるよう配慮
- ② **情報の提供**: 個々の消費者の知識及び経験を考慮した上で必要な情報を提供

○施行期日は、公布日から起算して1年を経過した日（令和元年6月15日）

特定商取引に関する法律の一部を改正する法律 (平成28年法律第60号)

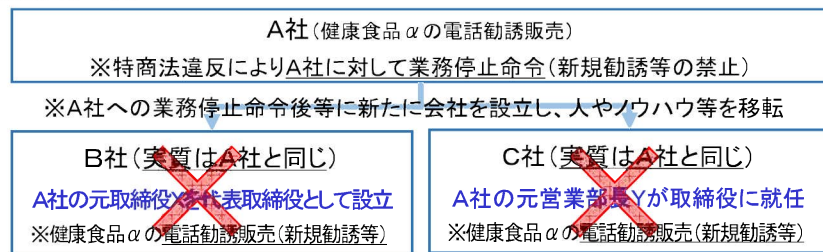
訪問販売など消費者トラブルを生じやすい**特定の取引類型を対象**とした、事業者による**不公正な勧誘行為等の取締り**等。

1. 悪質事業者への対応

○次々と法人を立ち上げて違反行為を行う事業者への対処

- ・業務停止を命ぜられた法人の**取締役**やこれと**同等の支配力を有すると認められるもの**等に対して、停止の範囲内の業務を新たに法人を設立して継続すること等を禁止する。[違反した場合、個人は3年以下の懲役又は300万円以下の罰金、法人は3億円以下の罰金<新設>]

【対応イメージ】



○業務停止命令の期間の伸長 (最長1年→2年)

○行政調査に関する権限の強化

- ・「質問」に関する権限の追加等。[違反した場合、個人は6月以下の懲役又は100万円以下の罰金、法人は100万円以下の罰金<新設。なお、報告徴収・立入検査等の他の検査忌避についても同様に懲役刑を追加。>]

○刑事罰の強化

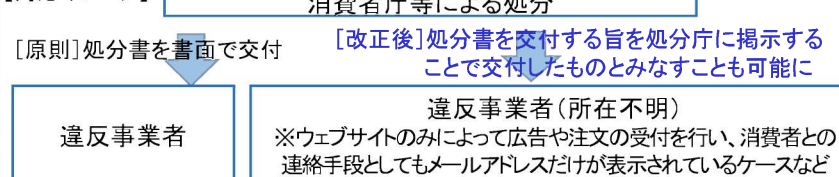
- ・不実告知等に対する法人への罰金を300万円以下から1億円以下に引上げ
- ・業務停止命令違反に対する懲役刑の上限を2年から3年に引上げ 等

2. 所在不明の違反事業者への対応

○所在不明の違反事業者に対する公示送達による処分

- ・違反事業者の所在が不明な場合に、処分書を交付する旨を一定期間掲示することにより事業者に交付されたものとみなし(公示送達により)処分を可能とする。

【対応イメージ】



3. 指示事項の明確化

○消費者利益の保護のための行政処分規定の整備

- ・違反事業者に対して、**消費者利益を保護**するために必要な措置を指示できることを明示する。[違反した場合、業務停止命令及び刑事罰(個人は6月以下の懲役又は100万円以下の罰金、法人は100万円以下の罰金<指示違反行為に懲役刑を追加>)]

【対応イメージ】

不実告知を行っていた事業者に、不実告知により行政処分があった旨の既存顧客への通知を指示する。
など

4. 過量販売への対応

○電話勧誘販売における過量販売規制の導入(訪問販売ルールの拡張)

- ・電話勧誘販売において、消費者が日常生活において**通常必要とされる分量を著しく超える商品**の売買契約等について、行政処分(指示等)の対象とするとともに、申込みの撤回又は解除を行うことができるようにする(消費者にその契約を締結する特別の事情がある場合を除く)。

【過量のイメージ】

- ◇寝具(4か月で6回購入)
- ◇化粧品(72本の化粧水と乳液、2,160袋のパウダーを購入) など

5. その他

○訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における規制対象の拡大(指定権利制の見直し)

○通信販売におけるファクシミリ広告への規制の導入(電子メール広告における規制の拡充)

- ・ファクシミリ広告を請求等していない消費者に対するファクシミリ広告の提供を禁止する(オプトイン規制)。

○指示の公表規定の整備

○取消権の行使期間の伸長

- ・現在の6月から1年に伸長する。

○施行期日は公布日から1年6月以内 ※公布日は平成28年6月3日 など

消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律の概要

消費者の脆弱性につけ込む悪質商法に対する抜本的な対策強化、新たな日常における社会経済情勢等の変化への対応のため、特定商取引法・預託法等の改正による制度改革によって、消費者被害の防止・取引の公正を図る。

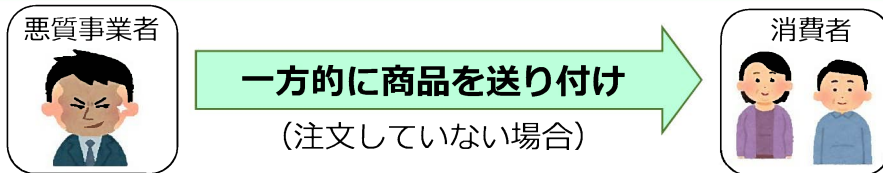
特定商取引法の主な改正内容

1 通販の「詐欺的な定期購入商法」対策

- 定期購入でないと誤認させる表示等に対する直罰化
- 上記の表示によって申込みをした場合に申込みの取消しを認める制度の創設
- 通信販売の契約の解除の妨害に当たる行為の禁止
- 上記の誤認させる表示や解除の妨害等を適格消費者団体の差止請求の対象に追加

2 送り付け商法対策

- 売買契約に基づかないで送付された商品について、送付した事業者が返還請求できない規定の整備等（改正前は消費者が14日間保管後処分等が可能→改正後は直ちに処分等が可能に）



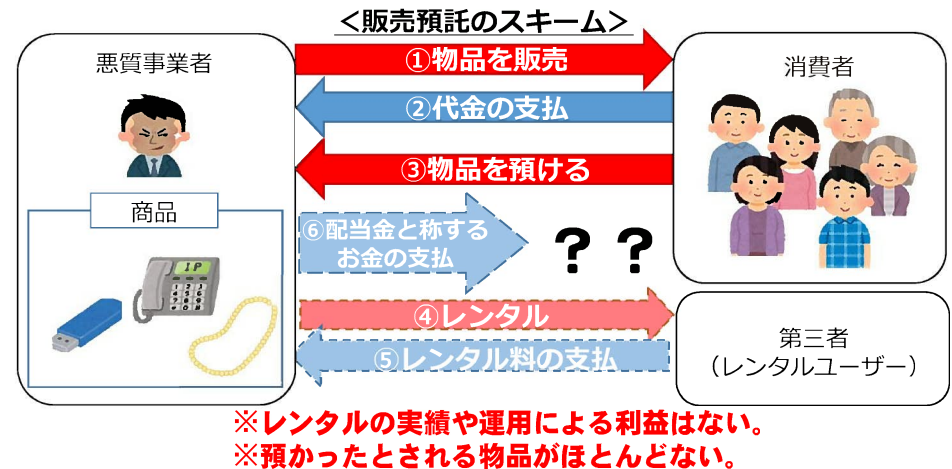
3 消費者利益の擁護増進のための規定の整備

- 消費者からのクーリング・オフの通知について、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に（預託法も同様）
- 事業者が交付しなければならない契約書面等について、消費者の承諾を得て、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に（預託法も同様）
- 外国執行当局に対する情報提供制度の創設（預託法も同様）
- 行政処分の強化等

預託法の主な改正内容

1 販売預託の原則禁止

- 販売を伴う預託等取引を原則禁止とし、罰則を規定
- 原則禁止の対象となる契約を民事的に無効とする制度の創設
- ※ 預託等取引契約：3か月以上の期間にわたり物品の預託を受けること及び当該預託に関し財産上の利益の供与を約するもの
- ※ 例外的に認める場合には、厳格な手続の下、消費者庁が個別に確認



2 預託法の対象範囲の拡大

- 現行の預託法の対象の限定列挙の廃止→全ての物品等を対象に

3 消費者利益の擁護増進のための規定の整備

- 行政処分の強化等

消費者裁判手続特例法の改正内容

被害回復裁判に資するために、特定適格消費者団体に対し、特定商取引法及び預託法の行政処分に関して作成した書類の提供を可能に

その他規則等の改正の見直しに併せて検討する事項について

ステッカー（シール）等により勧誘を拒絶する意思表示をした消費者に対する勧誘について

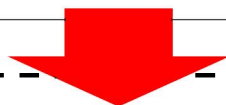
「訪問販売お断りステッカー」等を門扉等に貼付しているにもかかわらず、訪問販売を行った場合、消費生活条例施行規則別表（第2条関係）の(1)ヒの「拒絶後の勧誘」に当たることを明示するべきか否か。

(1) 京都市のステッカー（シール）等に対する解釈について

本市では、平成24年度に、意思確認のない勧誘及び拒絶後の勧誘を不適正な取引行為として明確に位置付けるため、消費生活条例施行規則を一部改正し、併せて「迷惑な訪問販売・訪問買取りお断りシール」を作成し、全世帯に配布したが、単に当該シールを門扉等に貼付しただけでは全ての訪問販売を拒絶する意思を表示したことにはならず、シールが貼付されている住戸に事業者が訪問したとしても、直ちに本市の条例・施行規則に違反するものではないと解釈している。

(2) 京都府の動向

京都府では、「京都府消費生活安全条例第15条、同条例施行規則第2条及び別表『不当な取引行為』解説」で「訪問販売お断り」と明示したステッカー（シール）等を訪問者が視認できる位置に貼付していれば、訪問販売を拒絶する旨の意思を示していると解説している。



(19) 拒絶後の勧誘

消費者が勧誘を拒絶する旨の意思を示しているにもかかわらず、なおも契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【趣旨】

事業者が訪問又は電話により商品等の販売、又は訪問により商品等の購入の勧誘をする際に、消費者が「セールスはお断りします」などと事業者からの勧誘を断っているにもかかわらず、勧誘を継続する行為等を禁止するものである。

【解説】

1 「拒絶する旨の意思を示している」

事業者が訪問または電話をした際に、「セールスはお断りします。」と表明する場合や、自宅等の門扉等に「訪問販売お断り」と明示したステッカーが貼ってあることが認識できる状態をいう。

なお、「ステッカー」については、訪問者が容易に視認できない位置に貼付していた場合や、経年劣化等により文字等が色あせ記載されている内容が視認できない場合等は「拒絶する旨の意思」の確認が困難なことから、本規定には該当しない。

また、消費者が来訪要請を行い事業者が消費者宅を訪問した場合は、ステッカーを貼付していたとしても、来訪要請の範囲内であれば「拒絶する旨の意思」を示したことにはならない。

その他規則等の改正の見直しに併せて検討する事項について

(3) 他都市の状況について

ステッカー（シール）の貼付が勧誘を拒絶する旨の意思を示していることを条例・規則又は条例・規則の解説集で規定している政令指定都市は熊本市，堺市，札幌市及び大阪市の4都市である。

熊本市は努力義務として条例に規定しており，堺市は条例施行規則に，また，札幌市及び大阪市は条例・規則の解説集で規定している。

(4) 消費者庁の「お断りステッカー」に対する解釈について

消費者庁では，「お断りステッカー」について，以下のような解釈を示している。

「契約を締結しない旨の意思」を表示する方法に関しては，消費者が明示的に契約締結の意思がないことを表示した場合を指し，具体的には，事業者からの勧誘に対し，「いりません」「お断りします」などと伝えることが必要です。例えば，「訪問販売お断り」と記載された張り紙・シール等を貼っておくことは，意思表示の対象や内容，表示の主体や表示の時期等が必ずしも明瞭ではないため，特定商取引法においては，「契約を締結しない旨の意思」の表示には当たらないこととなります。

【留意点】

- ・ 上記は，法3条の2第2号に言う「契約を締結しない旨の意思表示」をするには，具体的に「契約」を認識することが前提となることから，ステッカー等で事前に一律の意思表示をすることはできないという解釈である（ただし，消費者庁は，自治体が条例でステッカー等を用いた勧誘規制を独自に置くことを排除するものではないという立場を示している）。
- ・ 他方で，「勧誘を受けたいか否か」という意思表示についてまで，ステッカーによる意思表示の可否を論じたものではない。

（「改正特定商取引法における再勧誘禁止規定と『訪問販売お断り』等の張り紙・シール等について」（平成21年12月10日）より抜粋）

ステッカー等が貼付されていることが、訪問販売の拒絶に該当すると条例等で明示している政令指定都市について

都市名	内 容	参 考
札幌市	<p>規則第4条第2号【勧誘拒絶後の勧誘】</p> <p>(2) 商品等の販売又は訪問購入に際し、消費者が勧誘を望まない旨又は契約の締結を拒絶する旨の意思を示したにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為</p> <p>【解説】</p> <p>1 商品等の販売又は訪問購入に際し、消費者が勧誘を望まない旨又は契約の締結を拒絶する旨の意思を示したにもかかわらず勧誘や契約締結を望まない旨の意思表示は、「お断りします」、「帰ってください」、「要りません」等、明示的なものはもちろん、「興味ありません」、「忙しい」、「時間がありません」等、一般人であれば退去を求めていることがわかる表現であれば、これに該当する。</p> <p>また、消費者が勧誘等を望まない旨の意思を示す方法は、口頭に限られず、書面等でもよい。</p> <p>「訪問販売お断り」、「訪問勧誘お断り」等のステッカーや文書が玄関や集合住宅の入口等に掲示されている場合には、原則として当該建物の在住者全員による勧誘拒絶の意思表示と解される。</p> <p>また、電話勧誘販売に対する勧誘拒絶の意思表示の方法には、電話機の自動応答機能による対応等が考えられる。</p>	<p>○ 札幌市消費生活条例</p> <p>第22条 事業者は、口頭、文書又は電磁的方法（電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法をいう。）により消費者との間で行う取引に関し、次に掲げる行為を行ってはならない。</p> <p>(3) 消費者が契約の締結の勧誘を望まない旨若しくは契約の締結を拒絶する旨の意思を示したにもかかわらず、又はそれらの意思を示す機会を与えることなく契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為</p> <p>○ 札幌市不当な取引行為に該当する行為の基準を定める規則</p> <p>第4条 条例第22条第1項第3号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。</p> <p>(2) 商品等の販売又は訪問購入に際し、消費者が勧誘を望まない旨又は契約の締結を拒絶する旨の意思を示したにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為</p>
大阪市	<p>1 条例第18条第1項第1号に該当する行為</p> <p>消費者の知識、能力若しくは経験の不足に乗じる等の不当な方法により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為</p> <p>(12) 契約を締結する意思がない旨の表示をしている消費者に対し、電話をかけ、訪問し、又は迷惑を覚えさせるような方法により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為</p> <p>【主旨】</p> <p>時間帯にかかわらず、契約を締結する意思がない旨の表示をしている消費者に対する電話、訪問又は迷惑を覚えさせるような方法により勧誘等をする行為を指定したものである。</p> <p>「契約を締結する意思がない旨の表示をしている」には、事業者に対して「いりません。」「お断りします。」などと伝える場合に加え、住居等へは紙若しくははり札をする方法、電話機その他の通信機器に附属する録音の機能その他の機能を利用して、当該通信機器への事業者からの着信に対し、自動的に応答する方法等によりあらかじめ表示している場合が含まれる。</p> <p>「迷惑を覚えさせるような方法」とは、客観的にみて消費者が迷惑を覚えるような方法であり、実際に迷惑と感ずることは必要ではない。</p> <p>【事例】</p> <p>④ 自宅玄関先に「訪問販売お断り」と記載したステッカーを貼っているにもかかわらず、自宅に訪問してきて商品等を勧誘してくる。</p>	<p>○ 大阪市消費生活保護条例</p> <p>(不当な取引行為の禁止)</p> <p>第18条</p> <p>事業者は、消費者との取引に関し、次に掲げる行為に該当するもので市長が不当な行為として指定するものを行ってはならない。</p> <p>(1) 消費者の知識、能力若しくは経験の不足に乗じる等の不当な方法により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為</p>
堺市	<p>(不当な取引行為)</p> <p>別表(第10条関係)条例第26条第1号に規定する行為</p> <p>12 拒絶している者への勧誘等</p> <p>(1) 消費者が住居等に貼り紙その他の方法をもって拒絶の意思を表示しているにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為</p> <p>(2) その他消費者が拒絶の意思を有していることが明らかであるにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為</p>	<p>○ 堺市消費生活条例</p> <p>(不当な取引行為の禁止)</p> <p>第26条 事業者は、消費者との間で行う取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為であって規則で定める行為をしてはならない。</p> <p>(1) 消費者に対し、不実を告げ、商品等に関する重要な情報を提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供し、威迫し、心理的に不安な状態に陥れる等の不当な方法で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為</p> <p>○ 堺市消費生活条例施行規則</p> <p>第10条 条例第26条の規則で定める行為は、別表に掲げるものとする。</p>
熊本市	<p>第12条</p> <p>事業者は、消費者との間で行う取引に関し、法令並びに県条例及びこれに基づく規則(以下「関係法令等」という。)に定めのある事項を遵守するほか、消費者の意思を尊重し、次に掲げる行為を行わないよう努めなければならない。</p> <p>(1) 消費者が住居等への貼り紙等によりあらかじめ勧誘を拒絶する旨の意思を表示しているにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。</p>	<p>※ 努力義務として記載されている。</p>