

innoventier 弁護士法人
Power for the Business

企業法務相談室

弁護士 村上 友紀



（第9回）

京都大学法学部、大阪市立大学法科大学院を卒業し、
2012年に弁護士登録。地方都市の法律事務所での勤務を経て、2017年7月より弁護士法人イノベンティアに勤務。主に企業をクライアントとする訴訟、交渉、相談、各種契約書・規程の作成・レビュー等に携わっている。

今回のご相談

当社は、店舗販売及び電話勧誘販売により一般消費者向けに商品を販売する事業を行っています。最近、消費者契約法や特定商取引法が改正されたと聞きました。当社として何か対応が必要でしようか。

消費者契約法（以下「消契法」といいます）は、消費者と事業者との間の情報の質・量や交渉力の格差に鑑み、消費者の利益を守る目的で二〇一〇年に制定されました。特定商取引に関する法律（以下「特商法」といいます）は、その前身である「訪問販売等に関する法律」が一九七六年に制定され、訪問販売や通信販売等の消費者トラブルを生じやすい取引類型ごとにルールを定めています。これらは、高齢化の進展を始めとした社会情勢の変化に合わせて何度か改正されており、二〇一六年公布の改正消契法が二〇一七年六月三日に、二〇一六年公布の改正特商法が二〇一七年一二月一日に施行されています。

（2）その勧誘により契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、追認できる時から一年以内、かつ、契約から五年以内であれば、契約を取り消すことができます。（改正消契法四条四項前段）

通常の分量を著しく超えるかどうかは、内容（性質、効能、大きさ、用途など）、取引条件（価格、大量購入で割引、景品の提供など）、消費者の生活の状況（世帯人数、職業、趣味・嗜好など日常的な生活状況だけでなく、明日親戚が大勢来ることになつているなど一時的な生活状況も含みます）、これについての当該消費者の認識を考慮して判断されます。

（2）事業者としての留意点

本項は、販売の形態や契約の目的となるものの種別を問わず適用されます。もつとも、本項は分量・回数・期間の過剰を規制するものですが、消費者に過剰を規制するもので、消費者にとつて性能が過剰であるに過ぎない場合に有利な規定となつています。

（2）事業者としての留意点

本項は、消費者の承諾を得ないでファクシミリ広告をしてはならないとのオプトイン規制と事業者との間の契約を規制する法整備が年々強化されてきています。事業者としては、改正法に対応した約款等の契約書類や社内規定等の改訂を進めるとともに、消費者からの思ふ苦情や取消し等の申し出に対し適切に対応・防御できるよう、法改正の内容を従業員に周知し、こまめな記録作成を徹底するというような対応が望まれます。

このコーナーは、飯島歩氏、藤田知美氏、町野静氏、松下外氏、村上友紀氏が交代で執筆します。

消費者契約法及び特定商取引法の改正

消契法の二〇一六年改正

特定商取引法の二〇一六年改正

は取消しの対象とはなりません。そして、事業者が消費者の生活状況等を把握していない場合には適用されず、また、事業者が生活状況等を調査する義務はありません。さらに、消費者が自らレジに持参したり、注文したりする場合は、事業者の勧説と契約との間に因果関係が認められず、本項による取消しの対象とはなりません。

二 重要事項の範囲の拡大（四条五項三号）

事業者に重要事項の不実告知があつた場合、消費者は契約を取り消すことができます（四条一項一号）。その対象である重要事項の範囲に、「契約の目的となるものが当該消費者の生命、身体、財産その他他の重要な利益についての損害又は危険を回避するために通常必要であると判断される事情」が追加されました。例えば、従前は取消しが困難であった、事実に反して「パソコンがウイルスに感染しておらず、クリエイットカード情報がインターネット上に流出するおそれがある」と言われたため、ウイルス駆除ソフトを購入したといった場合に、取消しができるようになりました。

三 消費者の利益を不当に害する契約条項の無効

（1）消費者の解除権を放棄させる条項の無効

消費者法は、消費者の利益を不当に害する契約条項は無効とする旨定めています。無効となる条項の類型として、事業者の損害賠償責任を免除する条項（八条）及び消費者が支払う損害賠償額を予定する条項（九条）に加え、新たに、債務不履行、瑕疵担保に基づく消费者的解除権を放棄させる条項（「いかなる場合でも契約後のキャンセル、返品、返金、交換は一切できません」など）が追加されました（八

（2）条の二）。

（2）消費者の利益を一方的に害する条項の無効

消契法は、無効となる契約条項についての包括的な規定として、「消費者の利益を一方的に害するもの」と定めていますが、これに関し、新たに具体例が規定されました。消費者の不作為をもつて新たな契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたものとみなす条項（「無料貸与品を返品しない場合は自動的に有料契約に移行します」など）は原則として無効となります（一〇条）。

（1）要件・効果

改正特商法では、消費者は、以下のいずれかの場合に、電話勧誘販売における過量な内容の契約申込みの撤回・契約解除

（1）電話勧誘販売における過量な内容の契約申込みの撤回・契約解除

（2）事業者としての留意点

過量販売については、従前は訪問販売においてのみ規定されていましたが、今回の改正で電話勧誘販売にも拡大されました。上記消契法の規定に比べ、消費者は過剰を規制するもので、消費者にとって性能が過剰であるに過ぎない場合に有利な規定となっています。

（2）事業者としての留意点

本条は消契法の過量販売規制と異なり、一つの販売において過量である場合には事業者が過量性を認識していたか否かは問われず、また、勧説と契約との間に因果関係は不要です。当該契約の締結を必要とする特別の事情の有無についての証責任は、事業者が負います。

（2）その他の主な改正点

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

・消費者の承諾を得ないでファクシミリ広告をしてはならないとのオプトイン規制

・業務停止命令期間の伸長や刑事罰の強化

・取消権の行使期間の伸長（追認できる時から一年となりました）

（2）まとめ

様々な手段を用いた悪質な消費者被害の増加に伴い、その救済のため、一般消費者と事業者との間の契約を規制する法整備が年々強化されてきています。事業者としては、改正法に対応した約款等の契約書類や社内規定等の改訂を進めるとともに、消費者からの思ふ苦情や取消し等の申し出に対し適切に対応・防御できるよう、法改正の内容を従業員に周知し、こまめな記録作成を徹底するというような対応が望まれます。