

特集1

過量販売に関するさまざまな法律



福島 成洋 Fukushima Shigehiro

明治学院大学法学部消費情報環境法学科 准教授

弁護士(東京弁護士会)、消費者庁消費者制度課での勤務を経て、2022年より現職。静岡県消費生活審議会の委員等も務める

過量販売に関する法の展開

本格的な高齢社会に突入しているわが国では、認知症等により契約をするかどうかの判断力が十分に備わっていない消費者も増えています。このような消費者についてさまざまな消費者被害が起きていますが、その中でも、事業者が消費者の判断力の不十分さにつけ込み、不必要な物やサービスを大量に買わせる消費者被害は典型的なもので、「過量販売」と呼ばれています。

過量販売に対応する法律として、まず挙げられるのは民法です。とりわけ公序良俗違反(90条)や暴利行為による無効という方法で過量販売の被害救済を図ることが考えられます^{*1}。

もっとも、民法だけで十分に対応できるかというと、必ずしもそうとはいえません。なぜなら、①民法の規定は要件の抽象度が高いため、どのような過量販売であれば無効になるのかが直ちには分からないからです。さらに考えると、②消費者は事業者と比べて弱い立場にあることから、過量販売に巻き込まれた消費者については民法よりも手厚い保護が必要だ、とも考えられます。

そこで、過量販売による消費者被害について、高齢社会の本格化と足並みをそろえるようなかたちで、消費者を保護する法律(消費者法)による対応が行われてきました。具体的には、2008

年の特定商取引法(特商法)改正により、訪問販売について過量販売規制が設けられました。また、訪問販売による過量販売がいわゆる個別クレジット(個別信用購入あっせん)を使って行われる場合に対応するため、特定商取引法と併せて割賦販売法も改正されました。2016年には、特定商取引法の改正により電話勧誘販売も過量販売規制の対象になるとともに、消費者契約法(消契法)の改正により過量契約取消権の規定が設けられました。近年は、特定商取引法や消費者契約法の運用にも新たな動きがみられます。

本稿では、訪問販売・電話勧誘販売と店舗販売に分けて、主に消費生活相談の場面を念頭に置きながら、過量販売に関する法律やその運用について説明します。

訪問販売・電話勧誘販売による過量販売

特定商取引法は、特にトラブルが多い7つの取引類型を取り上げて、特別な規定を設けている法律です。この7つの取引類型のうち、訪問販売と電話勧誘販売について過量販売規制が設けられています。具体的には、①過量販売の勧誘をした事業者に対する行政規制とともに、②過量販売をされた消費者の解除権を定めています。

1 行政規制

国(消費者庁・経済産業省の地方経済産業局)や都道府県は、過量販売の勧誘をした事業者

^{*1} なお、判断力の不足に直接対応するものとして、民法には成年後見制度が定められている。例えば、家庭裁判所による後見開始の審判が行われているのであれば、本人(成年被後見人)が過量販売の契約をしてしまっても、本人または成年後見人は契約を取り消すことができる

対し、業務改善等を指示する行政処分をすることができます(特商法7条1項4号、22条1項4号)。

規制の対象となるのは「日常生活において通常必要とされる」分量や回数、期間を著しく超える売買契約や役務提供契約です。(i) 1回の契約で「日常生活において通常必要とされる」分量等を著しく超える場合のみならず、(ii) 同種の商品・役務に関する契約が複数回積み重なることによって「日常生活において通常必要とされる」分量等を著しく超えることになる「次々販売」と呼ばれる場合も規制の対象ですが、(ii)については事業者が超過を知っていたことも要件となります。また、(i)(ii)のいずれも、事業者には正当な理由はないことが要件とされています。

住宅リフォーム工事に関する通達

トラブルの状況等に鑑み、消費者庁は、2022年6月、「訪問販売又は電話勧誘販売^{かか}における住宅リフォーム工事の役務提供に係る過量販売規制に関する考え方^{*2}」を策定し、特定商取引法の通達に追加しました。

同一の住宅における、消費者が日常生活において通常直接使用しない部位(床下、屋根、小屋裏^{こや}裏、基礎、外壁等)について、3つ以上の部位の工事を行う契約を過量販売としています。これに

は、1回の契約で3つの部位の工事を行う場合のみならず、勧誘の日の1年前から起算して累積で3つ以上の工事になる場合、つまり次々と住宅リフォーム工事が行われる場合も想定されています(図1)。

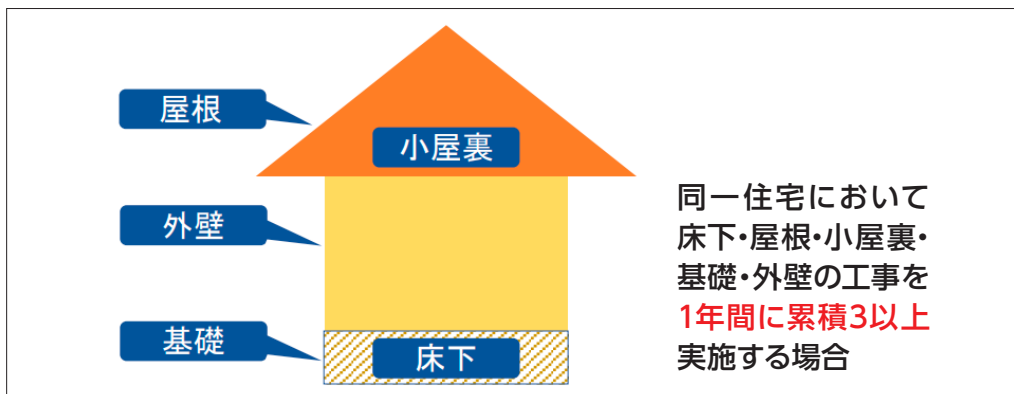
例えば、①同じ住宅の床下、屋根、外壁の工事を同時に行う契約を勧誘する場合、②8カ月前に小屋裏の工事を行い、3カ月前に外壁の工事を行い、今般、屋根の工事を行う契約を勧誘したという場合、③8カ月前と3カ月前に屋根の工事をしたが、今般、また屋根の工事を行う契約の勧誘をしたという場合であれば過量販売に該当するものと想定されます。なお、これらの場合であっても、自然災害の発生により家全体の補修が必要となるなど、個別事案において工事が客観的に必要であるといえるときは正当な理由があることも通達において示されています。

「日常生活において通常必要とされる」分量等を著しく超えるかどうかの判断は難しいことが多いのですが、この通達ではリフォーム工事について簡明な目安が示されています。行政規制に関する通達ですが、後述する民事ルール(解除権)にも当てはまる考え方だと思われます。

ここでは特に、次々とリフォーム工事を行う場合において、同種性の要件が緩やかに解されていることに注目したいと思います。例えば、同

じ住宅であっても床下と屋根であれば同種ではないという見方もあり得るところです。しかし、通達では「機能的一体性」を重視し、「形式的に異なる箇所の工事であったとしても、機能的一体性を有する範囲内であれば同一部

図1 住宅リフォーム工事の過量販売



※消費者庁ウェブサイト「【事業者向けチラシ】住宅リフォーム事業者の皆様へ」を基に筆者作成

*2 消費者庁ウェブサイト「訪問販売等による悪質な住宅リフォームに関する消費者トラブルへの対策について(特定商取引法の通達改正・チラシの公表)」<https://www.caa.go.jp/notice/entry/029218/>

位の工事を行ったものと考えられる」という考え方が示されており、この考え方が床下と屋根を同種のものとして扱うことにつながっています。過量販売による消費者被害の救済という観点から極めて妥当な考え方であるといえますし、後に触れるように、この考え方と同じ発想は消費者契約法においてもみられるといえます。

2 民事ルール(解除権)

訪問販売等による過量販売について、特定商取引法は、行政規制のみならず、消費者が過量販売の契約を解除できることも定めています(特商法9条の2、24条の2)。

要件は、「日常生活において通常必要とされる」分量等を著しく超える売買契約や役務提供契約であることです。過量販売の行政規制と同様、(i)1回の契約で著しく超えることになる場合のみならず、(ii)次々販売による場合も対象となりますが、(ii)については事業者が超過を知りながら契約をしたことも要件とされています。また、(i)(ii)のいずれについても消費者に「当該契約の締結を必要とする特別の事情があったとき」は契約を解除することができないこととされています。

解除権の行使期間は契約締結時から1年以内です。

業界(訪販協)のルール

訪問販売を行う事業者の業界団体として公益社団法人日本訪問販売協会(訪販協)があり、独自のルール(自主規制)を定めています^{*3}。

まず、「『通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安』について」という協会としての考え方が示されています。例えば、化粧品については「原則、一人が使用する分量として1年間に10個」が目安とされており、目安を超える量の販売を行う場合は契約の締結を必要とする特別の事情を適切な方法により確認等を行うことが望ましいとされています。

また、訪販協の正会員である事業者と契約を

した消費者が、契約を解除したにもかかわらず、正当な理由なく代金等が返還されない場合には、訪販協が一定の金銭を給付するという制度も特定商取引法に基づき設けられています(訪問販売消費者救済基金。特商法29条の2参照)。この制度は過量販売による解除権も対象となります。

このように訪販協は独自のルールを定めており、訪問販売による過量販売について契約の解除を検討するに当たっては、事業者が訪販協の会員であるかどうか重要なポイントになると思われます。訪販協の会員であるかどうかは協会のウェブサイトで検索することができます。

店舗における過量販売

訪問販売や電話勧誘販売により過量販売が行われた場合については、既に述べたように、特定商取引法で対応することができます。では、過量販売が訪問販売や電話勧誘販売によるものではない場合、とりわけ店舗に来訪した消費者に対して過量販売が行われた場合には、どのように被害救済が図られるのでしょうか。

このような場合に特定商取引法では対応できないところ、消費者法の中には、消費者契約全般に関する民事ルールとして消費者契約法があり、消費者による契約の意思表示の取消しなどを定めています。そこで、店舗における過量販売には消費者契約法で対応することとし、2016年の改正で過量契約取消権が定められました(消契法4条4項)。

民事ルール(取消権)

過量契約取消権の要件は、大きく3つに分かれています。

第一に、契約内容に関する要件で、契約の目的となるものの分量等が、契約の当事者である「当該消費者にとっての通常の分量等」を著しく超えることが要件とされています(契約内容の過量性)。そして、「当該消費者にとっての通常の分

*3 公益社団法人日本訪問販売協会ウェブサイト<https://jdsa.or.jp/>

量等」とは、①契約の目的となるものの内容、②契約の目的となるものの取引条件、③勧誘時における消費者の生活の状況、④③についての当該消費者の認識という4つの要素を総合的に考慮し、契約の目的となるものの分量等として通常想定される分量等であるとされています。

この要件（契約内容の過量性）については、（i）1回の契約で通常の分量等を著しく超えることになる場合のみならず、（ii）次々販売の場合、つまり、消費者が既に同種契約を締結していたときに、同種契約の目的となるものの分量等も合算することによって通常の分量等を著しく超えることになる場合も要件に該当することが定められています（図2参照）。

第二に、事業者の認識に関する要件として、事業者が勧誘の際に契約内容の過量性を知っていたことが要件とされています。第三に、勧誘により消費者が契約の意思表示をしたことも要件となっています。これらの要件は、特定商取引法における過量販売の解除権にはないものです。その背後には、消費者契約法は、事業者の不当な勧誘により消費者の意思表示がゆがめられたときに意思表示の取消しを認めていることがある、と考えられます。

なお、取消権の行使期間は、追認をすることができる時から1年以内で、かつ契約締結時から

5年以内です^{*4}。

「同種」の解釈の見直し

次々販売による過量契約において契約の目的となるものが「同種」であるか別の種類であるかは、過量性の判断対象となる分量等に合算されるべきかどうかという観点から社会通念に照らして判断されます。

具体的には、①その目的となるものの種類、性質、用途等に照らして、別の種類のものとして並行して給付を受けることが通常行われているかどうかという点のみならず、②当該消費者が置かれた状況に照らして合理的に考えたときに別の種類のものと見ることが適当かどうかについても判断されるものと考えられます。

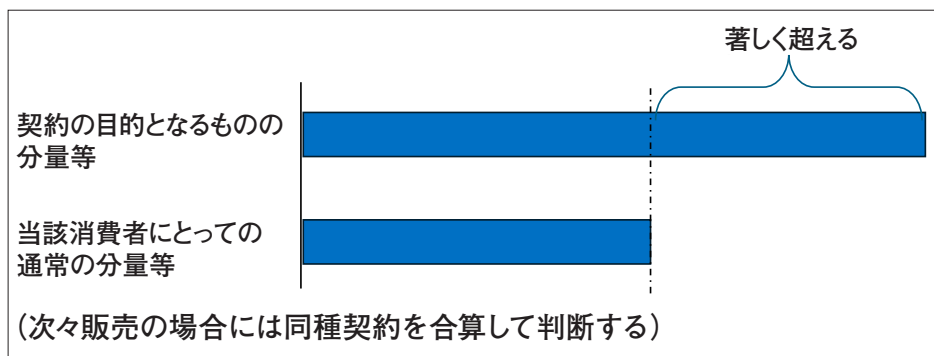
消費者庁による消費者契約法の逐条解説では、当初、①のみが示されていました。しかし、①を形式的に考えるならば、プレスレットとネックレスは別の種類であるという考え方も成り立ちそうであり、そうだとすると、次々販売として合算されないこととなります。これでは被害救済に支障が生じかねません。そこで、「消費者契約法に関する検討会」における検討を経て消費者契約法における「同種」の解釈を見直すこととなり、2023年2月、消費者庁の逐条解説が前記のように①と②を記載するかたちに変更されました。先に紹介した特定商取引法の通達と同じ

発想に立つものと考えられます。

取消しを認めた裁判例

過量契約取消権による取消しを認めた裁判例として、東京地方裁判所が2020年6月30日にした判決を紹介します^{*5}。次のような事案でした。

図2 通常の分量等を著しく超える場合のイメージ



※筆者作成

^{*4} 消費者庁のウェブサイトに掲載されている消費者契約法の逐条解説では、消費者契約法の過量契約取消権と特定商取引法の過量販売解除権の詳しい比較が行われている

消費者庁ウェブサイト「逐条解説（令和5年9月）」第4条（消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し）

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

^{*5} ウェブ版「国民生活」2021年12月号「暮らしの判例」で紹介されているhttps://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202112_14.pdf

1942年生まれの女性であるXは、Yが営業するサロンを度々訪れ、店長から勧誘を受けて、ネックレス、ペンダント、イヤリング、指輪などの宝飾品を購入するようになった。XがYから宝飾品を購入したのは2014年5月から2018年2月までの合計32回で、支払額の合計は約4800万円だった（なお、判決文からは、Xは退職金等により自由に処分できる資産を有していたことがうかがわれる）。

Xは2016年11月にアルツハイマー型認知症との診断を受けていたところ、その後、Xについて保佐開始の審判が行われ、2018年9月に確定した。

Xは、訴訟において、一連の契約は公序良俗違反により無効であるか不法行為に当たると主張しましたが、判決においてこの主張は認められませんでした。しかし、裁判所は、消費者契約法の過量契約取消権の規定が施行された2017年6月以降に成立した契約については、過量契約取消権による取消しを認め、Yに対し代金の返還を命じました。判決文の中で、裁判所は、「本件取引の対象物が装身具として同一の性質を有することは明らか」とであると指摘し、同種契約として契約の目的物の分量が合算されることになるから、通常の分量等を著しく超えることになる、と判断しています。

ここでは、裁判所が、民法では救済されないものの、消費者契約法の過量契約取消権により救済されるという判断をしたことに注目したいと思います。冒頭で、消費者は事業者と比べると弱い立場にあることから、過量販売に巻き込まれた消費者については民法よりも手厚い保護が必要だ、という考え方を紹介しましたが、この考え方が表れた判決であるともいえます。

過量販売の予防と救済

過量販売の消費者被害については、消費者法においてさまざまな対応が行われてきました。

それでも、とりわけ高齢者が過量販売の被害にあうことは、今でも少なくありません。例えば、今年（2024年）の5月、東京都知事は、東京都消費者被害救済委員会に対し、「高齢者が次々に締結した住宅関連リフォーム工事等の契約に係る紛争」の解決を付託しました。その背景事情として、東京都は、都内の消費生活センターに同種のトラブルの相談が多く寄せられていることを指摘しています^{*6}。

過量販売の被害にあってしまったときに、確実にかつ迅速に救済が図られるよう消費者法を充実させていくことは、これからも重要な課題です。しかし、最も望ましいのは、高齢により判断力が低下したとしても過量販売の被害にあわないようにすることです。過量販売の事前防止（予防）も消費者法における重要な課題です。

2014年に消費者安全法（安全法）が改正され、見守りネットワークが「消費者安全確保地域協議会」（以下、協議会）として法制化されました。消費者の中でも「消費生活上特に配慮を要する消費者」については、協議会の構成員が適当な接触を保ち、その状況を見守ることが協議会の事務として定められています（安全法11条の4）。見守りの対象となっている消費者について、怪しい事業者が自宅に出入りしているとか、次々販売をされている疑いがあるといった異変を周囲にいる者が察知したら、すぐに消費生活センター等につなぐことが、過量販売の予防につながります。消費者庁のウェブサイトによると2024年7月末の時点で509の自治体に協議会が設置されており、その活動がますます活発になることが期待されます。「過量販売に関するさまざまな法律」の1つに消費者安全法も加えたいと思います。

*6 東京都ウェブサイト 報道発表資料（2024年5月30日） <https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2024/05/30/20.html>