

特集2

過量販売の相談対応Q&A



松苗 弘幸 Matsunae Hiroyuki 弁護士

2000年弁護士登録、埼玉中央法律事務所。日本弁護士連合会消費者問題対策委員会割販法・特商法部会に所属し、埼玉県内における消費生活相談員との勉強会、アドバイザーなどを担当

過量販売に対する規制は、訪問販売により布団、健康食品、浄水器等を必要以上に購入させられる被害が多発したことから、まずは特定商取引法(以下、特商法)で訪問販売における規制として平成20(2008)年改正(2009年12月1日施行)にて解除権が創設されました(特商法9条の2)。また、過量販売は、個別信用購入あっせん(改正前の個品割賦)を伴うことも多かったため、割賦販売法(以下、割販法)も同時に改正され、既払い金返還も認められるようになりました(割販法35条の3の12)。

その後、訪問販売だけではなく、電話勧誘販売でも同様に被害が多発していたため、平成28(2016)年改正(2017年12月1日施行)で対象となりました(特商法24条の2)。

さらに、訪問販売、電話勧誘販売に限らず、消費者が必要としない量を勧誘することは不当・悪質といえることから、広く消費者契約一般を対象とすべく、消費者契約法(以下、消契法)の平成28年改正にて取消しの対象となっています(消契法4条4項)。

過量性に関して、特商法では「その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」とされ、「販売業者等が、その販売する商品等に関し、当該商品等の性質、機能や相手方消費者の世帯構成人数等の個別の事情に鑑み、個別の消費者にとって社会通念上必要とされる通常量を著しく超えた販売行為を行う場合を類型化したもの」(特商法通達)とされています。一方、消契法では「物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの分量、回数又は期間が当該消費者にとっての通常分量等を著しく超え

る」とされていますが、考え方は特商法と大きく異なるものではありません。

もっとも、過量性の判断は一義的に判断することは難しく、当該消費者の家族構成、生活状況、商品の特性、分量、期間などを考慮しながら検討することになります。

次から、過量販売の相談について、よくある質問にお答えしていきます。

■契約当事者

Q1. 高齢者から、「訪問販売でたくさんの布団を買わされたけど、これ以上は支払いができません。解約したい」と過量販売の相談を受けました。解約に向けて、どのような主張が可能でしょうか。

A. まずは訪問販売とのことですので、契約日、契約書等の交付の有無等を確認し、クーリング・オフの可能性を検討します。

仮に、法定の書面交付がなされており、クーリング・オフ期間も経過している場合、特商法及び消契法における過量販売としての解除・取消しを検討することになります。

そこで、過量性を判断するために、具体的な布団の量、購入した事情、勧誘時の説明などを聴き取りし、本件取引当時の消費者の年齢、収入、家族構成といった生活状況や商品の分量、回数、期間などを考慮して検討します。

関連して、例えば、健康等への影響など勧誘時の説明内容によっては、不実告知や消契法におけるつけ込み型の不当勧誘としての取消しも検討することになります。

Q 2. 認知症の診断はない高齢者から過量販売の解約の相談を受けたのですが、勧誘方法や契約経緯をあまり覚えておらず、複数ある契約書の内容と聴き取り内容の整合性も取れません。どのように相談を進めればよいでしょうか。

A. 相談者から事実関係が聴き取れない場合、事業者側に契約書、支払履歴等の開示を求めざるを得ないこともあります。事業者側が非協力的なこともあります。支払方法にてクレジット決済等が利用されている場合には、クレジット会社等にも開示を求めたり、通帳の履歴などを確認したりすることから取引の全体像を把握していくことになります。

また、相談者の判断力等に関する医師の診断などを受けることで、消契法4条3項7号によるつけ込み型勧誘の可能性や、直ちに取消し等の民事効があるわけではありませんが、特商法の適用対象となる場合には、判断力不足に乗じた勧誘や適合性に反する勧誘が禁止されていること(特商法7条1項5号、省令18条2号、3号)なども踏まえた交渉も考えられます。同様に、各自治体の消費生活条例も参考になることがあります。

Q 3. 家族や介護者(ケアマネジャーやヘルパーなど)から、「介護している高齢者が過量販売の被害にあっており、困っているので解約・返品させたい。成年後見手続はこれから取る予定」との相談を受けました。家族や介護者にできることはありますか。

A. Q 2のように事業者やクレジット会社等とのやりとりや解約交渉などの法律行為は、原則、成年後見人が選任されてからとならざるを得ませんが、その準備として契約書、商品等が散逸等をしないように現状をきちんと維持しておくことは大事になります。

もっとも、契約者本人の家の中を無断で詮索することについては、契約者の状況、契約者との

関係や同居の有無などにも関わりますが、契約者自身の意向を確認しながら、契約者本人との関係が悪化したりしないように、信頼関係を維持しておくことも大事にしてください。

■契約書・商品

Q 4. 過量販売の相談で、契約書(電磁的方法による提供の場合は承諾書)が見当たらない契約や、契約書と商品の数量や内容が合わないとき、書面不交付や書面不備を主張できますか。

A. 法定書面の交付については、事業者側の義務であり、契約書等をきちんと交付していることは事業者側にて主張すべきことになります。そのため、契約書等を交付したと思われない場合、契約書等の記載内容と実際の商品等が一致しない場合には、書面不交付・不備を前提にクーリング・オフを主張することは考えられます。

ただし、事業者側から形式上は問題のない書面等が交付されていたということもありますので、書面不交付等だけではなく、どうしてそのような状況になっているのか、勧誘時の問題はないのかなどの事実関係の丁寧な聴き取りを心がけてください。

Q 5. 布団の過量販売にあったという相談で、別の事業者が(下取りなどの理由で)布団を持っていた、または自分で商品を処分したなど、商品が手元にない状況で解約や取消しの主張はできるでしょうか。また、その際の清算はどう考えればよいでしょうか。

A. 過量販売として解除、取消しとなる場合、原状回復義務として、引渡しを受けた商品を事業者に戻還する義務が生じますが、特商法においては、クーリング・オフの無条件解除の効果を準用しており(特商法9条の2第3項等)、消契法においては、現存利益を返還すればよいことが明文化されています(消契法6条の2)。このことから、消費者が悪意(事情を知ったうえ)で処

分等をしたものでない限り、原則として現存利益の範囲で清算をすればよいと考えられます。

また、仮に消費者側に一定の帰責性がある場合においても、過量性から不要な商品であったことなど、その使用利益や返品できないことについて適正な価値を算定すべきであり、事業者側の売り得とはならないようにすべきと考えます。

Q 6. 実家の両親が訪問販売で屋根工事の勧誘を受け、「不具合が見つかった」と言われ外壁、床下と次々に契約し、1年間で3カ所もリフォーム工事をしました。工事は完了しており以前の状態は分かりませんが、本当に必要な工事だったとは思えません。解約できませんか、という相談に対する考え方を教えてください。

A. 消費者庁は、2022年6月22日、「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」として考え方を公表しています(特商法通達)。

その中で1つの考え方として、「消費者が日常生活において通常直接的に使用しない部位(代表的な例として、床下、屋根、小屋裏^{こやうら}、基礎、外壁等。以下「不使用部位」という。)について、同一住宅のうち三つ以上の不使用部位について工事を行う契約を締結する勧誘(勧誘の日の1年前から起算して累積で三つ以上の不使用部位について工事を行うこととなる契約を締結する勧誘も含む。)があった場合、超過要件該当性が認められる」としています。もっとも、2つにとどまる場合や1年以上経過後に同一部位の工事についてさらに契約の締結を勧誘する場合等においても、さまざまな状況を考慮した結果、超過要件を満たす場合があります。

他方で、自然災害の発生等により家全体の補修が必要となる場合や、まとめて複数箇所を工事することが効率的な場合などの「正当な理由」がある場合など、他の類型に比して超過要件該当性が認められない場合もあることは指摘され

ており、どのような事情で今回の工事をするようになったのかといった経緯や勧誘状況は確認する必要があることに留意してください。

また、単一の事業者による工事により超過要件を充足した場合には、原則として「認識要件」も充足すると考えられるとしつつ、他方、過去に工事を行った者が別の事業者であった場合には、過去の工事の事実の把握の可能性などから認識要件を検討することにはなります。

■時効

Q 7. 最初に契約したのが10年以上前の羽毛布団で、その後いろいろな事業者がやってきて健康食品やリフォーム工事など20件近くの契約をさせられたケースでは、時効は個別の契約ごとに考えるのでしょうか。また、もし同じ事業者から連続して被害にあっていたら一体の契約とみなせますか。

A. 過量販売について考える場合、特商法は契約締結から1年(特商法9条の2第2項等)、消契法においては追認することができる時から1年としつつも契約締結から5年(消契法7条1項)という制限があるため、個別の契約ごとに考えるを得ないと思います。

もっとも、期間が経過した契約であっても、その消費者の判断力、経済力、契約内容などを総合的に検討して、事業者の不法行為として、過去の契約についての損害賠償を請求したり、公序良俗違反を理由に契約の無効を主張したりすることは考えられます。

■事業者

Q 8. 古い契約で、既に廃業し行方不明になっていた事業者が、社名変更して同業種の会社を営んでいることが分かりました。解約や返金を求められますか。

A. 社名変更というのが、法人(株式会社等)の商

号変更ということであれば、社名は変わっても法人としては同一ですので、返金等を求めることは問題ありません。

他方で、既に廃業しているとのことですので、代表者（経営者）は同一でも別の法人という場合には、原則として新しい法人に返金等を求めることはできません。例外的に、法人格が濫用^{らんよう}されたり、形骸化したりしている場合には、求められる場合もあります（法人格否認の法理）。

また、悪質性が高い場合には、当該法人の代表者個人に対する責任追及ということが考えられる場合もあります。

なお、法人ではなく、個人事業者の場合には、社名（屋号）が変更されていたとしても、当該個人に変わりはないため、返金等を求めることはできます。

■その他

Q 9. 展示会会場で催眠商法のような手法で、毎回違う商品を販売している事業者からの過量な販売について、主張できることはありますか。

A. 過量販売かどうかについては、まったく同一の商品である必要はありませんが、商品の類型ごとに判断せざるを得ないため、毎回違う商品というのが、どのような商品かによることになります。

もっとも、購入状況が不合理な場合には、当該展示会場が、「一定の期間にわたり、購入する物品の種類を掲示し、当該種類の物品を購入する場所であつて、店舗に類するもの」（省令1条5号）に該当し、直ちには訪問販売の適用が難しい場合でも、当時の状況を聴き取ることで、「例えば次に掲げるような手法等により、消費者の自由意思で契約締結を断ることが客観的にみて困難な状況の下で販売が行われているときには、消費者が自由に商品を選択できる状態」にあるとはいえないため、「店舗に類するもの」に該当せず、訪問販売としての主張が可能となります。

ので（特商法通達参照）、特商法としての書面不交付等によるクーリング・オフや不実告知や故意の不告知による取消しも検討してみることになります。

○販売員が消費者を取り囲んだり、消費者に強引に商品を使用させ、あるいはその一部を消費させて勧誘すること

○高額商品等の特定の商品についてのみ繰り返し勧誘するなど、陳列された商品を自由に選ばせることなく勧誘すること

○勧誘に際して、消費者の履物を隠すことなどによりその場からの消費者の退出を妨げること

Q 10. 高齢者が自分で注文したことを忘れて何度も通信販売で申し込みした場合の考え方について、事業者はどのくらい購入しているか把握しているはずですが、何か主張できることはありませんか。

A. まず、通信販売ですので特商法の過量販売は適用になりませんが、消契法としての過量販売を検討する余地はあります。確かに、事業者としては、同一の消費者が何度も同じ商品を購入していることを把握し得るかとは思いますが。

ただし、商品類型によっては、よい商品であったことから、家族友人等への贈り物ということもあり得るため、直ちに「当該消費者にとっての通常の分量等を著しく超える」ことを事業者が認識していたともいえない場合もあります。

もっとも、商品が届く前に、注文、注文と繰り返されている場合、高齢者に限らず、自分で注文したことを気づかずに注文を繰り返していることは、十分に疑問を持ち得ることから、信義則上、事業者側に注文ミスの可能性を確認すべき義務があるといえる場合もあり得ます。

一概に判断できるものではありませんが、商品の種類・特性、注文時期・方法なども踏まえて、事業者側においても確認すべきだったと主張できるかを考えてみることになります。