

規則第3条（条例第22条第1項第1号に該当する行為の基準）

規則第3条第1号〔勧誘時における氏名等の不明示〕

第3条 条例第22条第1項第1号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

（1）契約の勧誘に先立って、次に掲げる事項を消費者に告げず、又は商品若しくはサービス等（以下「商品等」という。）の販売若しくは訪問購入以外のことを主要な目的であるかのように告げて契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

ア 事業者の氏名又は名称

イ 商品等又は訪問購入に係る物品の種類等

ウ 当該勧誘が商品等の販売又は訪問購入に係る契約の締結を目的とする旨

【解説】

1 契約の勧誘に先立って

事業者が最初に消費者に接近する際に、契約の締結について勧誘を行う意図があることを消費者が明確に認識できるようにしなければならない。

2 消費者に告げず

本号は故意に告げない場合に限っておらず、過失により本号アないしウの事項を告げなかった場合も該当する。

3 商品若しくはサービス等（以下「商品等」という。）の販売若しくは訪問購入

「商品等・・・の販売」には、有体物たる物品の販売、権利の販売、サービス（役務）の有償による提供等も含まれる。以下同じ。

4 以外のことを主要な目的であるかのように告げて

販売意図がありながら「無料点検します」等と言って消費者に接近するようなことはもちろんのこと、販売又は訪問購入のことについて一応は告げるものの、販売等以外の目的が別にあることを強調するような場合を含む。

5 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

「契約しませんか」等と言って、契約の締結に関して消費者の意向を確認することはもとより、「それではこの契約書に書いてください」と、消費者の意向を確認することなく、契約を締結させる行為等も含む。

6 事業者の氏名又は名称

責任の所在を明確にするため表示を求められるものであり、屋号のみでは足りず、個人氏名や、商号がある場合はそれを併せて告げる必要がある。

例えば、事業者の従業員等が勧誘する場合は、当該従業員等の個人氏名のほか、事業者の名称も告げなければならない。

7 商品等又は訪問購入に係る物品の種類等

商品等の種類等が具体的に明示されていればよく、個別の商品名まで告げる必要はない。

8 当該勧誘が商品等の販売又は訪問購入に係る契約の締結を目的とする旨

「〇〇は要りませんか」、「〇〇を売いませんか」等と、販売又は購入の契約を目的とすることがわかるように告げる必要があると解される。

【具体例】

- 1 「アンケートにご協力ください」と言って消費者に近づき、物品販売を行う。
- 2 「海外旅行に安く行ける会員権を買わないか」と消費者に電話して、英会話教材を販売する。
- 3 路上で事業者名を名乗らず消費者に声をかけ、物品販売を行う。
- 4 消費者宅を訪問し、「床下の無料点検をします」とだけ言って床下を見て、「湿気がひどいから」と、床下換気扇設置工事を勧誘する。

規則第3条第2号 [電子メール等による勧誘時の氏名等の不明示]

(2) 電子メール、インターネット等を利用して消費者を勧誘する場合において、次に掲げる事項を消費者に明らかにせずに契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

ア 事業者の氏名又は名称

イ 商品等又は訪問購入に係る物品の種類等

ウ 当該勧誘が商品等の販売又は訪問購入に係る契約の締結を目的とする旨

エ 電子メールアドレス(当該勧誘が電子メールにより行われる場合に限る。)

【解説】

1 電子メール、インターネット等を利用して消費者を勧誘する場合において

事業者が、消費者に対し、電子メールやSNS、その他のインターネット技術を利用した勧誘手段を用いて勧誘することを指す。

2 消費者に明らかにせず

消費者にとってはっきりわかるように表示しないことを指す。

規則第3条第1号の「消費者に告げず」と同様、過失により本号アないしエの事項を明示しなかった場合も本号に該当する。

3 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

4 事業者の氏名又は名称

規則第3条第1号の解説を参照。

5 商品等又は訪問購入に係る物品の種類等

規則第3条第1号の解説を参照。

6 当該勧誘が商品等の販売又は訪問購入に係る契約の締結を目的とする旨

規則第3条第1号の解説を参照。

7 電子メールアドレス(当該勧誘が電子メールにより行われる場合に限る。)

勧誘が電子メールで行われる場合には、事業者の連絡先として電子メールアドレスの表示も求められる。

【具体例】

- 1 占いサイトへのリンクと表示した電子メールを送信し、リンク先で開運商品を販売する。
- 2 屋号のみを記載した電子メールを送信して、商品購入を勧誘する。

規則第3条第3号〔誘引書面における販売目的の不明示〕

(3) 商品等の販売若しくは訪問購入の意図を明らかにせず、又は商品等の販売若しくは訪問購入以外のことを主要な目的であるかのような表示(事業者が、消費者を勧誘し、又は誘引するための手段として、商品等又は訪問購入に係る物品に関する事項について行う書面、電磁的方法その他の方法による表示(広告を含む。)をいう。以下同じ。)をして契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 商品等の販売若しくは訪問購入の意図を明らかにせず

規則第3条第1号の解説を参照。

2 商品等の販売若しくは訪問購入以外のことを主要な目的であるかのような表示

規則第3条第1号の解説を参照。

3 事業者が、消費者を勧誘し、又は誘引するための手段として、商品等又は訪問購入に係る物品に関する事項について行う書面、電磁的方法その他の方法による表示(広告を含む。)

個別のダイレクトメールや電子メールはもとより、広く配布されるチラシやウェブページ上の記載、テレビ、ラジオ、新聞広告等もこれに該当する。

4 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 生活習慣病に関するセミナーのチラシを見て(配布したチラシには健康食品の販売があることも小さく記載)参加したが、セミナーを殆ど行わずに健康食品の購入を勧誘する。

規則第3条第4号〔重要な情報の不告知〕

(4) 商品等又は訪問購入に係る物品に関する内容、取引条件その他の取引に関する重要な情報を故意に告げず、又は表示をせずに契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 商品等又は訪問購入に係る物品に関する内容、取引条件その他の取引に関する重要な情報

商品等の性能、品質、数量、対価、提供時期、契約解除に関する事項等のうち、消費者の当該契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきと社会通念上想定されるものを指す。

なお、「その他の取引に関する重要な情報」には、契約を締結する動機や必要性等、商品等の内容、取引条件に含まれないような事項も対象となり得る。

2 故意に告げず、又は表示をせずに

消費者にとって不利益な事実が存在していること及びそれを告げていない（又は表示していない）ことを勧誘者が認識していることを指す。詐欺の故意とは異なるので、消費者が当該事実を認識していないことまでは必要とされない。

3 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

- 1 事故歴のある中古車を、そのことを秘して販売する。
- 2 南側隣地にマンション建設が予定されている土地を、そのことを秘して、日当たり良好な土地と称して販売する。

規則第3条第5号 [断定的判断の提供]

(5) 商品等又は訪問購入に係る物品に関し、将来における不確実な事項について誤解させるような表現を用いて契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 商品等又は訪問購入に係る物品に関し、将来における不確実な事項について

確実に将来を見通すことが困難である事項を指す。金融商品取引における為替レート、株価等の経済的指標等がその典型例である。ただし、一定の仮定や前提を条件として表現している場合等は、必ずしもこの限りではない。

2 誤解させるような表現を用いて

不確実であることを確実であると誤解を生じさせるような表現を使用することをいう。そのような表現であれば、必ずしも「絶対」、「確実に」等の文言を用いていることを要しない。

3 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 「今この会社の未公開株を買えば、半年後には上場して確実に儲かる」と言って勧誘する。

2 「ここなら将来、必ず今よりも価格が上がる」と言って土地を販売する。

規則第3条第6号 [不実告知]

- (6) 商品等又は訪問購入に係る物品に関する次に掲げる事項について、不実のことを告げ、又は表示をして契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- ア 商品等を販売し、若しくは提供し、又は訪問購入を行う事業者の氏名又は名称、住所、電話番号その他事業者に関する事項
 - イ 商品等又は訪問購入に係る物品の性能、効用、安全性その他内容に関する事項
 - ウ 商品等又は訪問購入に係る物品の価格、売買契約等の申込みの撤回又は契約の解除その他取引条件に関する事項
 - エ その他契約の締結の判断に影響を及ぼす重要な事項

【解説】

1 商品等又は訪問購入に係る物品に関する不実のことを告げ、又は表示をして

客観的眞実に反していることを指し、事業者の認識は要件ではない。

「安い」等の評価的事項についても、一般的な相場がある場合等、当該評価の眞偽を判定できる場合は対象となる。

なお、条例第31条により、市長は、事業者の不実ではないことの裏付けとなる合理的根拠を示す資料の提出を求めることができるとされており、眞実性の立証責任は事業者側にある。

2 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

3 商品等を販売し、若しくは提供し、又は訪問購入を行う事業者の氏名又は名称、住所、電話番号その他事業者に関する事項

規則第3条第1号の解説を参照。

4 商品等又は訪問購入に係る物品の性能、効用、安全性その他内容に関する事項

「性能」とは商品等が有する能力、「効用」とは商品等の用途や効果、「安全性」とは商品等にかかる危害が及ばない状態のことを指す。これらのほか、「その他商品等の内容に関する事項」が対象となり、例えば成分、デザイン、大きさ、重量、産地等が挙げられる。

5 商品等又は訪問購入に係る物品の価格、売買契約等の申込みの撤回又は契約の解除その他取引条件に関する事項

「価格」とは、商品等の対価として支払われる金銭の額を指す。「申込みの撤回又は契約の解除」に関する事項とは、クーリング・オフや契約解除の要件、効果に関する

るもの等である。これらのほか、「その他取引条件に関する事項」が対象となり、違約金、損害賠償額の予定、保証、修理、付随する契約・物品・サービスに関するもの等が挙げられる。

6 その他契約の締結の判断に影響を及ぼす重要な事項

アないしウに例示したもののほか、消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきと社会通念上想定されるものを指す。

【具体例】

- 1 実際はアンケートを行っていないにもかかわらず、「ご購入者アンケートで97%が満足と回答」と言って商品を販売する。
- 2 実際には海外が産地なのにもかかわらず、国産として米を販売する。

規則第3条第7号 [知識・経験・判断力の不足に乗じた勧誘]

(7) 消費者の取引に関する知識、経験又は判断力の不足に乗じて、その内容、条件、仕組み等について消費者が理解するために必要かつ十分な説明をしないで、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 消費者の取引に関する知識、経験又は判断力の不足に

当該取引に関する知識、経験、判断力のうち、いずれか一つでも不足している状態を指す。類似する他の取引について知識等を有していても、当該取引に関しては、知識等が不足している場合がある。例えば、消費者が先物取引をした場合、株式取引の知識を有していても、先物取引の知識を有していなければ、後者については該当する。また、判断力の不足は、当該取引についてのもので足り、必ずしも消費者の判断能力が、補助や保佐に相当する等の状況にまであることを要しない。

2 乗じて

知識、経験又は判断力の不足している状態を利用することを指す。これらが不足する状態であることを事業者が認識している場合のほか、それを認識し得るべきであったにもかかわらず、それを怠り、勧誘等をしたような場合も含まれると解すべきである。

3 その内容、条件、仕組み等について

取引の内容、条件のみならず、「仕組み等」も対象となっている。したがって、規則第3条第4号及び第6号の各解説で述べたもののほか、例えば、金融商品取引において証拠金を差し入れて、差金決済取引をする場合、各注文や証拠金の意味合い等といった取引の仕組みも対象となる。

4 必要かつ十分な説明をしないで

当該消費者の知識、経験及び判断力に適合した説明をしないことを指す。したがって、当該消費者の能力によっては、必要かつ十分な説明が不可能な場合もあり、その場合は本号の要件を満たすことができないので、そもそも当該契約の勧誘等が許されないことになる（規則第3条第16号 [適合性の原則に反する勧誘] 参照）。

5 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

- 1 認知症気味の高齢者に対し、高価な宝飾品を販売する。
- 2 中途解約すると大幅な元本割れをする可能性がある金融商品を、「定期預金の中途解約と似たようなものです」と言って販売する。

規則第3条第8号 [虚偽申告の教唆]

(8) 契約を締結する上で重要な事項となる消費者の年齢、職業、収入等を偽るよう消費者を唆して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 契約を締結する上で重要な事項となる消費者の年齢、職業、収入等を

事業者における適合性の原則や与信判断の対象となるような事項を指す。例示の年齢、職業、収入のほか、「等」には、資産、取引経験、説明の理解の有無や程度等も含まれる。

2 偽るよう消費者を唆して

消費者が偽っていると認識しているかどうかは要件ではなく、客観的に事実を反することを申告させれば足りる。例えば、大学生が短時間のアルバイトをしている場合に、「会社で仕事をしているのだから、会社員になる」と説明し、当該大学生が言われるがまま職業欄に会社員と書いたような場合も該当する。

3 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

- 1 未成年者だと成立しない契約について、「20歳と書きちゃえば」と唆す。
- 2 消費者が「説明はよく分からなかった」と言っているにもかかわらず、「『理解した』に丸をつけないと取引が始められない」、「やっているうちにわかるようになるから」と言って、「理解した」に丸を付けるようにと促す。

規則第3条第9号 [心理的な圧迫による勧誘]

(9) 消費者を威迫し、又は生命、身体、健康、財産、運命等に関して消費者を心理的に不安な状態に陥れる言動を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 消費者を威迫し

「威迫」とは、消費者の心理に対し、不安の念を抱かせる行為であり、正常な判断を妨げる程度の威圧的な言動があれば足りる。脅迫のように、害を加える旨を告知して畏怖させるまでに至ることは要しない。

客観的に消費者が不安の念を抱くであろう程度の言動があれば足り、実際に消費者が不安を感じたかどうかは問わない。

また、これを客観的に判断する際には、消費者が置かれた状況等、総合的にも考慮される。例えば、事業者と消費者の2人だけしかおらず、他の第三者とは容易に連絡が取りにくいような場合や、事業者側の者が複数いて、消費者が1人である場合等、消費者の置かれた状況によって、「威迫」に該当する事業者側の言動の範囲も変わってくる。

2 生命、身体、健康、財産、運命等に関して消費者を心理的に不安な状態に陥れる言動を用いて

消費者に対し、生命、身体、健康、財産、運命等について不利益等が及ぶようなことを告げ、不安の念を抱かせる言動をいう。消費者を不安な状態に陥れる手法は問わず、事業者以外の第三者による予言やお告げ等でもよく、告げられた内容の真実性や実現性が不明なものであっても、消費者の心理を不安に陥れるものであれば足りる。

また、客観的に消費者を不安な状態に陥れる言動があれば足り、事業者の主観的意図までは必要なく、実際に消費者が不安な状態に陥ったかどうかは問わない。

3 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 事業者が、消費者に対し、「これだけ長い時間、説明させただけですから、当然契約してくれますよね」等と強い口調でせまり、契約書に署名・押印させる。

2 事業者が、消費者に対し「今、この石を購入しなければ、あなたの身に災いが起きる」と告げて、その石を購入させる。

規則第3条第10号 [正常な判断ができない状態における勧誘]

(10) 早朝若しくは深夜に、又は消費者が正常な判断をすることが困難な状態の時に、消費者の意に反して、電話をし、又は訪問して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 早朝若しくは深夜に

電話又は訪問を受ける消費者の事情、事業者が勧誘等をしようとする契約の内容等の諸事情を考慮して、客観的に「早朝若しくは深夜」に該当するかを判断する。事業者の主観は問わない。

一律に時刻が規定しなかったのは、電話等を受ける消費者の事情、契約の内容等によって変わり得るものであることによる。したがって、一律に何時から何時までと時刻によって特定されるものではない。

消費者が正常な判断が困難な状態にある時の勧誘を禁止するものであるから、その観点から判断される。

2 消費者が正常な判断をすることが困難な状態の時に

本号は、早朝や深夜を、それ自体が通常、正常な判断ができない場合として典型的に規定しているが、それ以外の時間帯であっても、消費者が正常な判断をすることが困難な状態の時に事業者が電話や訪問をして勧誘等をするを禁止したものである。例えば、日中であっても、病気療養中のとき、仕事や家事で取り込み中のとき、精神的に追い詰められ通常の冷静な判断ができなくなっている場合等である。

この場合においては、事業者が、消費者のこうした事情を認識している必要がある。

3 消費者の意に反して、電話をし、又は訪問して

消費者の意思に反しているか否かは、消費者の事情や、契約の内容等の諸事情によって判断される。消費者の側が自ら早朝や深夜の時間帯を指定した場合等、消費者の意思に反していないことが明らかな場合は該当しないが、単に消費者の側が断らなかったというだけでは、その意思に反しないということにならない。

4 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

- 1 早朝に事業者の訪問を受け、目がきちんと覚めていないうちに契約を勧誘された。
- 2 平日の日中、消費者が夜勤のために寝ていることを知っていながら、訪問して勧

誘する。

規則第3条第11号〔長時間、反復する勧誘〕

(11) 消費者の意に反して、長時間にわたり、又は反復して契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 消費者の意に反して

消費者が明示的に拒絶している場合は当然として、明示の拒絶の意思表示がない場合でも、勧誘が行われている時刻、勧誘の長さ、勧誘方法（文言）、消費者の応対、消費者の家族構成等をも考慮して、消費者の意思に反していることが客観的に推認できる場合も含まれる。

また、従前なされていた勧誘が消費者の意思に反していない状況であっても、別な商品等を勧誘する場合には、その勧誘を消費者の側で受け入れた等の特段の事情がない限り、「意に反して」にあたる。

2 長時間にわたり

勧誘の際に、ひととおり商品等を説明する等のやり取りを前提にすれば、「長時間」かどうかは、その商品等の説明等に必要な時間や、消費者の理解力等を鑑み、個別的に判断される。

そのため、当該商品等の説明のため客観的に必要と認められる時間が長くとも、それが直ちに「長時間」に該当するとはいえない。

また、商品等の性質や消費者の属性等によっては、説明に必要な時間が数時間にも及ぶような場合も考えられるが、そのような場合であっても、説明の途中で消費者が断る等、客観的にも消費者の意思に反すると認められる事実があれば、説明が終わっていない段階でも「長時間」にあたる可能性がある。

「長時間」を判断する際の時間は、事業者が訪問した時刻から退去した時刻までである。仮に事業者が中座したとしても、それぞれが別の訪問と評価し得るほど間隔が空いているものでない限り、勧誘は継続していると評価される。

3 反復して

「反復」とは、何度も繰り返すことである。少なくとも2回以上の勧誘等が必要である。

4 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

- 1 契約の締結において、その内容の説明に長時間を要し、その後、勧誘が始まり、断わる意志を示しても、なお勧誘を止めない。
- 2 店員より着物の購入を勧められ、断っても執ように勧誘を受け、そのうち2～3人の店員に囲まれ再勧誘される。

規則第3条第12号 [公共の場所で呼び止めて行う勧誘]

(12) 路上その他の公共の場所で消費者を呼び止め、消費者の意に反して、その場で、又は営業所その他の場所へ誘引して、執ように、又は強引に、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 路上その他の公共の場所で消費者を呼び止め

「公共の場所」とは、有償・無償を問わず、不特定多数の者（公衆）が自由に入出入りし利用することができる場所を指す。具体的には、道路、公園、広場、駅、空港、ふ頭、興行場、飲食席、遊技場等である。

2 消費者の意に反して

規則第3条第10号の解説を参照。

本号において、消費者は、公共の場所で突然に呼び止められたり、同所から事業者の指示する場所へ移動させられたりするものであるから、その後に執ような又は強引な勧誘等がなされたときには、その勧誘等を消費者の側で受け入れた等の特段の事情がない限り、「意に反して」にあたると解される。

3 その場で

消費者が路上その他の公共の場所で呼び止められた場所を指す。

4 営業所その他の場所へ誘引して

「営業所」は、事業者の営業活動の拠点となっている場所を指す。

「その他の場所」は、事業者の指定する場所であれば限定はなく、例えば車の中や喫茶店でも該当する。

本号では、「その場」でも、「営業所その他の場所へ誘引して」も同様に禁止の対象になるが、「営業所その他の場所へ誘引して」行う勧誘は、突然の不意打ち的勧誘であることに加え、消費者が事業者の影響下に置かれてしまうことから、通常、「その場で」の勧誘よりも「執ように、又は強引に」あたると評価されやすいと考えられる。

5 執ように

しつこいことである。ここでは、消費者が承諾しないのに、勧誘し続けることを指す。

6 強引に

反対等押し切って、無理矢理に物事を勧めることである。ここでは、消費者が抵抗や反対の態度を示しているのに、無理に勧誘を続けたり、契約を締結させることを指す。

7 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

- 1 路上を歩いている消費者を呼び止め、その場で執ように勧誘を行い、立ち去ることができない状態にして、契約させる。
- 2 路上を歩いている消費者を呼び止め、「商品について説明したい。近くに事務所があるから、ぜひ来て欲しい」と執ように誘い、来所した消費者に対し、強引に商品を勧める。

規則第3条第13号 [購買意欲をあおり、興奮状態に陥れる勧誘]

(13)主たる販売目的以外の商品等を意図的に無償又は著しい廉価で提供する等により、消費者の購買意欲をあおり、興奮状態に陥れて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 主たる販売目的以外の商品等を

事業者が本来販売したいと考えている商品等とは別の商品等を指す。

2 意図的に

ある目的をもって、わざとそうすることである。ここでは、本来販売したい商品等を販売する目的で行うことを指す。

3 無償又は著しい廉価で提供する等により

「無償」とは、対価を支払わないこと、無料であることをいう。

「著しい廉価」とは、無償ではないが、その対象物の本来の価格からして非常に安いと消費者に思わせるに足りる価格をいう。

「等」には、その他これらと同様に、消費者を感情が高ぶった状態にさせるような手段が含まれる。

4 消費者の購買意欲をあおり、興奮状態に陥れて

消費者が商品等を購入する気持ちとなるように仕向け、感情が高ぶった状態にさせることである。事業者の主たる販売目的である商品等を購入させるにあたって、消費者の冷静な判断を阻害させた状態をいう。

5 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 健康食品を販売する目的で、「無料で台所用品をあげるから」と言って何人もの消費者を集め、「これを欲しい人は？」と言って手を挙げた順に無償で配ることを繰り返し、参加者を興奮した状態にさせたところで、高額な健康食品を購入させる。

規則第3条第14号〔購入資金の調達を執ように勧める勧誘〕

(14) 商品等の購入資金に関して、消費者からの要請がないにもかかわらず、貸金業者等からの借入れその他の信用の供与を受けること又は預貯金、生命保険その他金融商品の解約等をするを執ように勧めて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 商品等の購入資金に関して、消費者からの要請がないにもかかわらず

商品等の購入代金について消費者から支払方法についての相談等の持ちかけがない状態で、事業者の方から支払方法として提案することを指す。

2 貸金業者等からの借入れその他の信用の供与を受けること又は預貯金、生命保険その他金融商品の解約等をするを

消費金融業者や銀行等から金銭を借り入れることのほか、当該事業者や担当者からの借入や立替を受けることも含まれる。クレジットを利用することも、「その他の信用の供与を受けること」に該当する。

預貯金や生命保険等の蓄財についても、本来、目的があつて貯蓄しているものであることから、これを事業者の側から執ように購入代金に充てるよう勧誘することは、一般的に消費者の意思に反するものといえ、やはり禁止される。

3 執ように勧めて

「執ように」については、規則第3条第12号の解説を参照。

ここでは、事業者からの支払方法に関する提案に対して、消費者が承諾しないにもかかわらず、さらに勧める場合をいう。

4 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 高額な商品であるために、「お金がないので買えません」と断っている消費者に対し、「ローンで買えますから」、「月々〇〇円なら払えるでしょう」等と執ように勧誘する。

2 「お金がないので買えません」と購入を断っている消費者に対し、「預金はないのか」、「保険はないのか」等と根掘り葉掘り聞いて、それらの解約を勧める。

規則第3条第15号 [気力又は身体機能の低下に乗じた勧誘]

(15) 高齢者等の気力又は身体機能の低下等に乗じて、又はこれらの事情をしん酌せずに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 高齢者等の

「高齢者」の定義については、規則では具体的には規定されていない。高齢になると、一般的に加齢に伴い、従前のような活発に対応する能力が減退するが、他方で、その減退の仕方は個人によって差があることから、年齢で一律に規定していないものであり、当該消費者の活動状況等から具体的に判断される。総務省の統計では「高齢者」は、65歳以上の者と定めており、1つの目安になる。

「等」とは、高齢者に限らず、気力や身体能力等が低下していると客観的に判断できる者を指す。高齢者の年齢には達していなくても、客観的に気力や身体能力が低下している判断できる場合には、本号による禁止行為の対象となることを規定したものである。

2 気力又は身体機能の低下等に

事業者の勧誘に対して、通常であれば拒否できるのに、年齢や精神状態によっては、それが困難な場合があり、このような場合が「気力の低下」に該当する。

また、身体機能が低下していることを原因として、事業者からの勧誘を断ったり、立ち去る等の行動が取れない場合もあり、このような場合には「身体能力の低下」に該当する。

「等」は、気力や身体能力の低下に限らず、勧誘を拒否することが困難な状況にあると客観的に判断できるような場合を指す。

3 乗じて

規則第3条第7号の解説を参照。

ここでは、事業者が消費者において気力や身体能力の低下等の状態にあることを利用することをいう。

必ずしも積極的に利用する意思まで必要はなく、消費者が上記の状態であることを事業者が認識している場合のほか、それを認識し得るべきであったにもかかわらず、それを怠り、勧誘等をしたような場合も含まれると解すべきである。

4 これらの事情をしん酌せずに

「しん酌」とは、事情を酌んでほどよくしたり、控えめにしたりすることをいう。勧誘の対象である消費者が客観的にみて、高齢等を原因として気力が低下したり、

身体能力が低下している等の状態にある場合には、事業者は、それに応じて、勧誘を控える等の配慮をすべきであり、かかる事情をしん酌しない事業者の行為を、その主観を問わず、不当な取引としたものである。

5 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

- 1 見るからに疲れ切った高齢者に対し、その状態につけ込むように勧誘する。
- 2 不幸等により明らかに気落ちしている消費者に対し執ように勧誘する。

規則第3条第16号 [適合性の原則に反する勧誘]

(16) 消費者の知識、経験、理解力、財産の状況、年齢等に照らして著しく不相当と認められる契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 消費者の知識、経験、理解力、財産の状況、年齢等に照らして

消費者の知識、経験、理解力、財産、年齢等には差があることから、それらの事情によって適合性を判断するものである。

2 著しく不相当と認められる

消費者が必要性や合理性を判断する上で十分な知識や経験、理解力を有していない、支払能力を超えている、財産や収入に照らして必要性が認められない等、当該契約が消費者にとって相応しくない、又はそれを契約させることに妥当性がないと認められ、その程度が顕著であることをいう。

3 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 高齢者に対し、使い方の習得が困難であることが明白であるにもかかわらず、操作が難しい高額で高機能のスマートフォンを売りつける。

2 為替の知識や投資等の経験が一切ない新成人に対して、外貨投資の商品を売りつける。

規則第3条第17号 [個人情報等の不当な利用]

(17) 消費者の個人情報又は過去の取引に関する情報を不当に利用して、消費者を心理的に不安な状態に陥らせる等により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 消費者の個人情報

「個人情報」とは、生存する個人に関する情報であつて、当該情報に含まれる氏名、生年月日その他の記述等により特定の個人を識別することができるもの（他の情報と容易に照合することができ、それにより特定の個人を識別することができることとなるものを含む。）等をいう（個人情報保護法第2条第1項参照）。

2 過去の取引に関する情報を

当該消費者が取引を行ったという事実（契約当事者に関する情報を含む。）、当該取引に基づく債権債務関係及びその継続又は終了の事実、当該取引に関する周辺情報（例えば、資格取得講座であれば当該資格を取得したか、講座の履修を修了したか。）等を指す。生存する個人に関する情報に限定されていないことから、死者に関する情報も含む。

3 不当に利用して

「不当に」とは、法には違反していないが、制度の目的からみて適切でないことである。もっとも、違法な利用による場合も、本号の禁止行為に含まれるものと解される。

4 消費者を心理的に不安な状態に陥らせる等により

規則第3条第9号の解説を参照。

事業者の言動が客観的に消費者を不安な状態に陥れるものであれば足り、事業者の主観的意図までは必要なく、実際に消費者が不安な状態に陥ったかどうかも問わない。

「等」には、心理的に不安な状態に陥らせることに限らず、正常な判断を妨げるおそれがあると客観的に判断できるような場合が含まれる。

5 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

- 1 行政書士資格取得講座の未修了者に連絡し、「まだ講座を修了していない。40万円を支払って修了の手続をするか、新たな教材で受講し直す必要がある」と言って、新たな講座の受講契約を勧誘する。
- 2 過去に人名年鑑に掲載した消費者に連絡して、新たな人名年鑑への掲載を勧誘し、消費者がこれを断ると、「それであれば人名年鑑から削除する必要があるが、20万円の費用が要る」と言って、削除費用の支払を求める。

規則第3条第18号〔無償又は著しく廉価の商品等の提供〕

(18) 商品等を販売し、又は訪問購入を行う目的で、無料検査、親切行為その他の無償又は著しく廉価の商品等の提供等を行い、これによる消費者の心理的負担を不当に利用して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 商品等を販売し、又は訪問購入を行う目的で

これらの目的であることを要する。

2 無料検査、親切行為その他の無償又は著しく廉価の商品等の

「無償又は著しく廉価」については、規則第3条第13号の解説を参照。

「著しく廉価」かどうかは、提供される商品等の本来の価格との対比において判断される。

3 提供等を行い

「供給」が需要と供給という市場原理の中で流通することを表しているのに対し、本号でいう「商品等」はいわばおとりとして用いられているものであることから、用語上区別するために「提供」とした。

4 これによる消費者の心理的負担を不当に利用して

「不当に利用して」については、規則第3条第17号の解説を参照。

ここでは、事業者が消費者に対し商品等を無償又は著しく廉価で提供すること等により、消費者に気持ちの負い目を感じさせ、勧誘や契約の締結を拒絶しにくい心理状況を発生させて、その状況に付け入ることをいう。

5 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 高額のマッサージ機を販売する目的で、「日用品を無料で配布する」と言って、消費者を公民館に呼び出し、多数の洗剤等を無料で配った後に、マッサージ機の購入を勧める。

2 高額な布団を販売する目的で、路上で消費者を呼び止めて、抽選で当たった人には商品を渡すと説明して近所の雑居ビルの一室に誘導し、雑貨品を無償で配布したり、無料同然の価格で販売した後に、布団の購入を勧める。

規則第3条第19号 [他の商品等の購入の強制]

(19) 消費者に対し、商品等の提供に併せて他の商品等を自己又は自己の指定する事業者から購入するよう強制して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 商品等の提供に併せて他の商品等を自己又は自己の指定する事業者から購入するよう

消費者が欲する商品等とは別の商品等を、当該事業者又はその指定する他の事業者から購入させることをいう。

2 強制して

消費者の意思にかかわらず、無理にさせることを指す。

3 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 人気ゲームソフト1本を販売する際に、不人気のゲームソフト2本も一緒に購入しないと当該人気ゲームソフトを販売しない旨を告げる。

規則第3条第20号 [優越的な立場の不当な利用]

(20) 商品等を販売する目的を隠匿し、雇用契約等を前提とした関係によって生じる優越的な立場を不当に利用して、商品等の契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 商品等を販売する目的を隠匿し

「隠匿」とは、包み隠すこと、秘密にすることをいう。

2 雇用契約等を前提とした関係によって生じる優越的な立場を

「優越的」とは、他よりすぐれている状態、他より大きな権限を持つ状態をいう。雇用主と従業員、職場の上司と部下といった関係や、取引上の地位が相手方消費者に優越しているような場合も該当し得る。

3 不当に利用して

規則第3条第17号の解説を参照。

4 商品等の契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 洋服を販売する目的で、アルバイトの面接に来た女性に対し、「仕事をしてもらうためには、当社の商品を着用してもらう必要がある」と告げ、高額な洋服をクレジットで購入することを勧める。

規則第3条第21号 [名義の借用]

(21) 消費者に対し名義の貸与を求め、これを使用して、その意に反する債務を負担させる内容の契約を締結させる行為

【解説】

1 消費者に対し名義の貸与を求め

契約する意思を有さない消費者に対して、契約当事者として名義を貸してくれるように求めることをいう。

2 これを使用して

名義の貸与を承諾した消費者に、その名義をもって契約させることを指す。

3 その意に反する債務を負担させる内容の契約を締結させる行為

消費者が認識していない、又は承諾していない債務を負担させることを内容とする契約を締結させることをいう。

なお、消費者に債務を負担する契約が締結されれば足り、それが有効に成立したか否かは問わない。また、上記契約の締結後、当該事業者又は当該消費者が債務を弁済した事実があっても、本号の適用を妨げない。

【具体例】

1 化粧品の販売員が、消費者に対し「一切迷惑をかけない、支払は自分とする」と言って頼み込み、消費者の名義で高級化粧品を購入させる。

2 呉服店が「どうしても販売実績を上げたい。クレジットの支払はこちらで行い、3か月後には解約処理するから、名義だけ貸して欲しい」と言って、以前取引のあった顧客の名義で呉服を購入するためのクレジット契約を締結させる。

規則第3条第22号 [優良・有利誤認]

(22) 商品等又は訪問購入に係る物品の内容又は取引条件が実際のものよりも著しく優良又は有利であると消費者を誤信させるような表現を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 商品等又は訪問購入に係る物品の内容又は取引条件が

規則第3条第4号の解説を参照。

2 実際のものよりも著しく優良又は有利であると消費者を誤信させるような表現を用いて

「著しく」が要件となっているため、実際のものより優良又は有利であると思わせる程度が、社会通念上許容される範囲内であれば本号に該当しない。

「誤信させるような」とは、客観的に一般の消費者が誤信しそうな表現をいい、実際に消費者が誤信したか否かを問わない。当該表現がなかったならば、通常はそのような契約を行わなかったであろうと推認し得る程度のものであれば足りる。

「表現」の対象は、「商品等又は訪問購入に係る物品の内容」又は「取引条件」に限定される。

本号は積極的に美化する行為を規制するものであり、他のものよりも劣ることを故意に隠すことは本号に該当しない。

3 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 社会保険労務士の資格について、「当社の講座を受けるだけで資格が取得できる。」という、あたかも試験が免除されるかのような表現により、当該講座の受講契約を勧誘する。

2 実際に市場では100万円相当で売られているダイヤについて、「他の会社では200万円のダイヤを400万円で売っている。当社では200万円のものは200万円で売っており、更に今回は特別に100万円で販売している。」と言って、購入を勧める。

規則第3条第23号 [法令等による義務を誤認させる勧誘]

(23) 法令等により商品等の設置、購入又は利用が義務付けられているかのような表現を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 法令等により

「法令」については、行政手続法第2条第1号が「法律、法律に基づく命令（告示を含む。）、条例及び地方公共団体の執行機関の規則（規程を含む。）」と定義している。条例及び規則では、「法令」について特に定義していないが、行政手続法と同様のものと理解して差し支えないと思われる。

「等」には、法令以外のものとして、国、地方公共団体の通知、通達等や、更に広く町内会、マンション管理組合等の団体の取り決め事項等も含まれる。

2 設置、購入又は利用が義務付けられているかのような表現を用いて

設置等が「義務付けられている」と明言したか否かは問題ではなく、そのような誤信を招く表現があれば本号に該当する。

3 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 「法律でガス漏れ警報機を設置する決まりになっている」と言って、ガス漏れ警報機を販売する。

2 「マンション管理組合の総会で、各戸に漏電防止ブレーカーを取り付ける決まりとなった」と嘘を言って、漏電防止ブレーカーを販売する。

規則第3条第24号〔官公署等との関係を誤認させる勧誘〕

(24) 自らを官公署、公共的団体その他著名な法人の職員と誤信させるような言動等を用いて、若しくは表示をして、又は官公署、公共的団体その他著名な法人若しくは個人の許可、認可、後援を得ていると誤信させるような言動等を用いて、若しくは表示をして、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 官公署、公共的団体その他著名な法人の

「官公署」とは、国及び地方公共団体の機関を指す。

「公共的団体」とは、農業協同組合、森林組合等の産業経済団体、老人ホーム、育児院等の厚生社会事業団体、青年団、婦人会等の文化事業団体等、公共的な活動を営むものは全て含まれ、公法人でも私法人でもよく、また、法人でなくてもよい（行政実例昭和24年1月13日、昭和34年12月16日参照）。

「著名な法人」とは、世に知られている、有名な会社等である。

2 職員と誤信させるような言動等を用いて、若しくは表示をして

「誤信させるような」については、規則第3条第22号の解説を参照。

官公署等の職員であると消費者に信じ込ませるような説明、パンフレットの内容、名称、服装等を指し、明言又は明示したか否かを問わない。また、客観的に一般の消費者にそのような誤認を与えらると思われる程度の表現による言動等であれば足り、消費者が実際に誤認したかどうかを問わない。

3 許可、認可、後援を得ていると誤信させるような言動等を用いて

官公署等の許可等を得ていると信じ込ませるような説明、パンフレットの内容等を指し、その程度や実際に消費者が誤認したかどうかを問わない。

なお、「著名な・・・個人の」許可等を得ていると誤信させる言動等も対象とされている。

4 契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

規則第3条第1号の解説を参照。

【具体例】

- 1 消防署の職員ではないのに、「消防署から来た」と言って、消火器を購入させる。
- 2 「社会福祉協議会の後援を得ている。目の不自由な人に盲導犬を送るためである」と嘘を言って、商品の購入を勧誘する。