

# 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

## 逐条解説（解説・具体例）

平成31年（2019年）3月

札幌市市民文化局市民生活部消費生活課

## はじめに

札幌市消費生活条例では、市民の消費者としての権利の確立と自立の支援を基本理念とし、市民が安全で安心できる消費生活を営むことを目的としています。

その目的の実現に向けて、条例では、取引行為の適正化を図るため、「不当な取引行為」を禁止しており、その「不当な取引行為」に該当する行為の基準を定めることができるとしています。

そこで札幌市では、その基準を「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」として定めています。

本書は、当該規則に規定された、「不当な取引行為に該当する行為の基準」について、その言葉の意味や考え方等を理解していただくため、各条ごとに解説したものです。

条例の目的達成に向けて、本書が広く周知され、取引行為の更なる適正化が図られることを目指します。

## 凡例

条例	札幌市消費生活条例
規則	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
特定商取引法	特定商取引に関する法律
金融商品販売法	金融商品の販売等に関する法律
電子消費者契約法	電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律

## 目次

### 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）

（1）勧誘時における氏名等の不明示	4
（2）電子メール等による勧誘時の氏名等の不明示	6
（3）誘引書面における販売目的の不明示	8
（4）重要な情報の不告知	9
（5）断定的判断の提供	10
（6）不実告知	11
（7）知識・経験・判断力の不足に乗じた勧誘	13
（8）虚偽申告の教唆	15
（9）心理的な圧迫による勧誘	16
（10）正常な判断ができない状態における勧誘	17
（11）長時間、反復する勧誘	19
（12）公共の場所で呼び止めて行う勧誘	21
（13）購買意欲をあおり、興奮状態に陥れる勧誘	23
（14）購入資金の調達を執ように勧める勧誘	24
（15）気力又は身体機能の低下に乗じた勧誘	25
（16）適合性の原則に反する勧誘	27
（17）個人情報等の不当な利用	28
（18）無償又は著しく廉価の商品等の提供	30
（19）他の商品等の購入の強制	31
（20）優越的な立場の不当な利用	32
（21）名義の借用	33
（22）優良・有利誤認	34
（23）法令等による義務を誤認させる勧誘	35
（24）官公署等との関係を誤認させる勧誘	36

### 規則第4条（条例第22条第1項第3号に該当する行為の基準）

（1）勧誘拒絶の意思を示す機会を与えない勧誘	37
（2）勧誘拒絶後の勧誘	39
（3）不退去	40
（4）望まない広告等の送付による勧誘	42
（5）一方的に商品を送りつける勧誘	43
（6）意に反して商品等を次々と提供する契約の勧誘	44

### 規則第5条（条例第22条第1項第4号に該当する行為の基準）

（1）不当な損害賠償額の予定等	45
-----------------	----

(2) 解除権等を不当に制限する契約	47
(3) 過量販売、不当に長期間にわたる契約	49
(4) 意思表示と異なる契約書面の作成	50
(5) 過剰与信を伴う契約	51
(6) 不当に不利な裁判管轄等を定める契約	52
(7) 第三者による不正使用の責任を消費者に負担させる契約	53
(8) 事業者を不当に免責する契約	54
(9) その他消費者の利益を一方的に害する契約	56

規則第6条（条例第22条第1項第5号に該当する行為の基準）

(1) 不当な方法による履行強要	57
(2) 不当な方法により金銭を調達させる履行強要	58
(3) 不利益情報を利用する履行強要	60
(4) 契約成立に争いのある債務の履行強要	62

規則第7条（条例第22条第1項第6号に該当する行為の基準）

(1) 成立していない債務の履行強要	63
(2) 既に履行されている債務の履行強要	64
(3) 電子計算機を不当に用いる履行強要	65

規則第8条（条例第22条第1項第7号に該当する行為の基準）

(1) 再三の催告に対する履行の遅延又は拒否	67
(2) 苦情に対する追完の遅延又は拒否	70
(3) 撤回権等の行使に対する契約の強要	71
(4) 撤回権等の行使に伴う返還義務等の履行の遅滞又は拒否	73
(5) 閲覧権等の行使に対する拒否	75
(6) 撤回権等の行使に対する違約金等の請求	76

規則第9条（条例第22条第2項第1号に該当する行為の基準）

(1) 不当な与信行為	78
(2) 過剰与信	79
(3) 正当な支払拒否に対する履行強要	81

規則第10条（条例第22条第2項第2号に該当する行為の基準）

(1) 販売業者等の不当な取引行為を知ってする与信	83
(2) 加盟店等の不当な取引行為を知り得べきである与信	85

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、目的があっ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、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

「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、かかる事情を斟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。

規則4条（条例第22条第1項第3号に該当する行為の基準）

規則第4条第1号〔勧誘拒絶の意思を示す機会を与えない勧誘〕

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。

（1）商品等の販売又は訪問購入に際し、消費者に勧誘を望まない旨の意思を示す機会を与えず、又は当該機会を与えるに当たって消費者の身体及び精神の状況等をしん酌せず、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、又は訪問購入に際し

これらを行う場合であることを要する。

##### 2 勧誘を望まない旨の意思を示す機会を与えず

消費者に最初に接触する時点で勧誘を望むか否かを確認し、契約の締結に向けた勧誘を行う意図があることを明確に告げる必要がある。その結果、消費者が自主的な判断により承諾する場合に限って、事業者は、勧誘を開始できる。

「機会を与えず」とは、積極的な行為に限らず、消極的な行為である不作為も含む。消費者に対して勧誘拒絶の意思を示すための時間的、場所的機会を与えなければならず、このような機会を与えずに勧誘を開始した場合には本号に該当する。

##### 3 消費者の身体及び精神の状況等をしん酌せず

消費者に勧誘の可否を表明する機会を与える際に、消費者がどのような状況や事情等にあるかについて、しん酌することを事業者に求めるものであり、消費者が勧誘を拒絶するかどうかを合理的に判断したり、その意思を表示したりすることが困難な状況等にあることを知りながら行う勧誘は、本号に該当する。

「身体」の状況とは、障がいがある、疾患（精神的な疾患を含む）がある等、勧誘を拒絶する正常な判断や意思表示に影響を及ぼすおそれのある身体的な状況をいう。

「精神の状況等」とは、早朝、深夜である、長時間が経過している、困窮、混乱状態にある等、正常な判断や意思表示に影響を及ぼすおそれのある精神的な状況をいう。消費者の置かれた環境や状況により、個別の事案ごとに判断される。

「しん酌」については、規則第3条第15号の解説を参照。

##### 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 布団を販売する目的で、消費者の居宅を訪問し、勧誘を始める前に「布団のご紹介なんですが」等と告げて消費者の意向を確認することなく、いきなり勧誘を始める。
- 2 健康食品を販売する目的で、消費者に電話をかけ、勧誘を始める前に「健康食品のご紹介なんですが」等と告げて消費者の意向を確認することなく、いきなり勧誘を始める。

#### 規則第4条第2号 [勧誘拒絶後の勧誘]

(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

#### 【解説】

##### 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。

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。

「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。

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。

##### 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。

#### 【具体例】

1 消費者に対し、その自宅を訪問して商品の勧誘を行い、消費者が「これから出かけるので、話を聞けない」と言ったにもかかわらず、勧誘を続ける。

2 布団を販売する目的で消費者に電話をかけ、消費者が「勧誘ならお断りします」と告げたにもかかわらず、勧誘を始める。

3 訪問購入事業者より「何でも買い取る」と言われ、古着を出したところ、「貴金属類はないか」と言われ、「ない」と言っているにもかかわらず執ように要求される。



#### 規則第4条第3号 [不除去]

(3) 消費者が事業者に対して当該消費者の住所、勤務先その他の場所から退去すべき旨の意思を示したことに反して、又はそのように望んでいることを知ることができたにもかかわらず、当該場所から退去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 消費者が事業者に対して当該消費者の住所、勤務先その他の場所から退去すべき旨の意思を示したことに反して

消費者の事業者に対する退去すべき旨の意思表示は、「出て行ってください」、「帰ってください」等、明示的なものはもちろん、「急いでいる」、「取り込み中だ」、「夕食の支度をしている」、「仕事に行かなくてはならない」、「業務に支障がでる」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。

##### 2 そのように望んでいることを知ることができたにもかかわらず

消費者の事業者に対する退去すべき旨の意思表示はなされていないが、その他の状況等により、事業者においてその旨を知ることが可能であった場合をいう。

「知ることができた」かどうかは、消費者の置かれた環境や状況に基づき、個別の事案ごとに判断される。

##### 3 当該場所から退去せずに

事業者がその場所から立ち退かずにいることを指す。退去しない状態が、長時間に及ぶ必要はない。

ただし、本号の適用には、事業者が退去しないことに加え、契約の締結を勧誘したり、契約を締結させたりすることが必要である。

##### 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。

本号の適用には、事業者が退去しないことに加え、契約の締結を勧誘したり、契約を締結させたりすることが必要である。もっとも、事業者が「契約してくれるまで帰らない」と言って退去しなかったり、何も言わなくても退去せずに居座ったりするような場合は、通常は契約締結の勧誘行為にあたるものと解される。

#### 【具体例】

1 訪問販売で屋根の塗装工事の勧誘に訪れ、消費者から「今度にしてください」と言われても、家に上がり込んで勧誘する。

2 学習用教材の訪問販売で、家に上がり込み、消費者が「出かける用事がある」と告げ、帰ってほしいという態度を示しているのに、勧誘を続ける。

3 新聞の勧誘員が、消費者から「帰って」と言われても、玄関先に座ったまま帰らない。

#### 規則第4条第4号〔望まない広告等の送付による勧誘〕

(4) 消費者が広告等（電磁的方法によるものを含む。）の送付を望まない旨の意思を示したにもかかわらず、又は消費者に当該意思を示す機会を与えることなく、広告等により消費者を誘引し、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

#### 【解説】

##### 1 消費者が広告等（電磁的方法によるものを含む。）の送付を望まない旨の意思を示したにもかかわらず

「広告等」とは、見本、チラシ、パンフレット、カタログ、ポスター、説明書面、その他これらに類似する物品や、新聞や雑誌その他の出版物等に掲載されている広告や紹介記事等も含まれる。

「送付」は、郵送、宅配便等を利用する場合や、郵便受け等に直接投入することも含まれる。

「電磁的方法によるもの」として、インターネット等によって電子メールやSNS等を送付する方法や、広告等を記録したDVDやメモリーといった記録媒体を送付する方法等がある。

##### 2 消費者に当該意思を示す機会を与えることなく

「機会を与えることなく」については、規則第4条第1号の解説を参照。

##### 3 広告等により消費者を誘引し

「誘引」とは、消費者に対し、契約の申込みの意思を表示するように仕向けることをいうが、広告等が消費者を誘引するものであるかどうかは、広告等の記載内容全体から判断する必要がある。例えば、単に商品等の名称、写真、値段のみを表示しているだけでは、それをもって直ちに誘引しているとは言い難く、一方で、商品等の詳細な内容や取引条件といった、取引に関する事項を具体的に認識し得る広告等であって、消費者の契約申込みの意思形成に直接影響を与えるような場合には、誘引するものと判断される可能性がある。

##### 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 電子メール広告の送信について承諾していない消費者に対し、広告メールを送りつける。

規則第4条第5号 [一方的に商品を送りつける勧誘]

(5) 消費者が商品を購入する意思を示していないにもかかわらず、商品を一方的に消費者の自宅等へ送りつけ、代金引換で受領させ、又は一方的に代金その他の名目による対価を請求する等により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

【解説】

1 消費者が商品を購入する意思を示していないにもかかわらず

消費者が送りつけられた商品を購入する旨を事業者を示していないことを指す。消費者がある商品について購入を申し込んでいる場合に、その商品と一緒に、購入を申し込んでいない別の商品を送付することも、本号に該当する。

2 商品を一方的に消費者の自宅等へ送りつけ

「一方的に」とは、相手のことを考えないで、自分の側の都合だけであることをいう。消費者が購入する意思を示していないのに、商品を送付することは、通常これにあたるものと考えられる。

「自宅等」には、自宅のほか、職場等の消費者の関係先も含まれる。

3 代金引換で受領させ

「代金引換」とは、商品を配達するときに、その受取人が配送業者に代金を支払う決済方法である。

4 一方的に代金その他の名目による対価を請求する等により

代金以外の、「その他の名目による対価」としては、利用料、レンタル料、補償金、損害賠償等の名目による請求が考えられる。

「請求する等」とされており、代金等を請求する旨を示さずに、振込用紙だけを送付するような行為も、これに該当する。

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 消費者が注文していない商品を代金引換の方法で配達依頼し、家族の誰かが購入したものと思い込ませて、配達員に商品の代金を支払わせる。
- 2 消費者が申込みをしていない商品とその代金相当額の振込用紙を、突然送りつける。

規則第4条第6号 [意に反して商品等を次々と提供する契約の勧誘]

(6) 消費者の意に反して、執ように同一の消費者に対し商品等を次々と続けて提供するため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 消費者の意に反して

消費者に、勧誘を受ける意思や契約を締結する意思がないことを、事業者が知り、又は知ることができる状態のことをいう。

2 執ように同一の消費者に対し

「執ように」については、規則第3条第12号の解説を参照。

消費者に勧誘を受ける意思や契約を締結する意思がないことを事業者が知り、又は知ることができるにもかかわらず、ことさら勧誘等続けることをいう。

3 商品等を次々と続けて提供するための

「次々と」は、引き続いて、順々にということである。少なくとも2回以上の提供となる必要がある。

**【具体例】**

1 独り暮らしの高齢者に対し、購入する意思がないことを知っていながら、羽毛布団上下とタオルケットがセットになった商品等を、次々と契約させる。

2 春に小学校3年生用の学習教材を購入した消費者に対し、勧誘を望んでいないことが分かっているのに、同じ年の夏に小学校4年生用の学習教材の購入を勧誘し、更に同じ年の冬に小学校5年生用の学習教材の購入を勧誘する。

規則第5条（条例22条第1項第4号に該当する行為の基準）

規則第5条第1号 [不当な損害賠償額の予定等]

第5条 条例第22条第1項第4号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

（1）契約に係る損害賠償額の予定又は違約金の定めにおいて、消費者に著しく不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

### 【解説】

#### 1 契約に係る損害賠償額の予定又は違約金の定めにおいて

債務不履行等により損害が発生するような場合に備えて、契約当事者の合意により損害賠償額の予定や違約金についての定めがなされることがあり、これについては、裁判所においてもその額を増減できない（民法第420条第1項、第3項）。

しかし、本号の趣旨において述べたような格差から、かかる契約内容は事業者にとって一方的に有利に合意されることが多く、社会的妥当性を欠くような契約内容を定めることは許されない（消費者契約法第9条、第10条参照）。

#### 2 消費者に著しく不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約

「著しく不当な」とは、はっきりわかるほど、明白に不当なことを指す。

損害を被った者の不利益が補填・解消されることにより損害は回復されるから、本来、損害の賠償は、その被った不利益の範囲を対象として金銭に換算されれば足りる。したがって、債務不履行や契約関係の解消によって事業者が被った不利益の範囲を著しく超える損害賠償の額又は違約金の額を支払う旨の契約内容は、本号に該当する。事業者に通常生ずべき損害を超えた支払いを受けることとなるような損害賠償の額の予定や違約金の定めにおいて、当該額の定めが消費者にとって「著しく不当な」不利益となるかどうかは、個別の事案ごとに判断される。

なお、消費者契約法第9条第1号は、「当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超えるもの」について「当該超える部分」を無効としている。また、同法第10条は、「消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であって、民法第1条第2項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するものは、無効とする」としている。したがって、本号に該当するような契約内容は、同法により無効と判断される可能性がある。とはいえ、消費者に著しく不当に不利益な内容の契約を締結等させる事業者の行為自体が問題であって、当事者間ではそれが有効であるとして扱われるおそれもあり、本号の適用は法律によって無効となるかどうかにかかわらない。

**【具体例】**

- 1 成人式用の着物レンタルにおいて、成人式の1年前に解約する場合に、契約金額の80パーセントを解約金として支払う旨の定めのある契約を締結させる。
- 2 毎月の家賃について、支払期日を過ぎた場合に、1か月の家賃額に対して年50%の遅延損害金を支払う旨の定めのある契約を締結させる。

## 規則第5条第2号 [解除権等を不当に制限する契約]

(2) 消費者の契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しに関する定めにおいて、消費者に著しく不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

### 【解説】

#### 1 消費者の契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しに関する定めにおいて

特定商取引法、消費者契約法、民法等、消費者契約に適用のある各法律には、申込みの撤回、契約の解除又は取消しに関する規定がなされているが、これらに関する事項を当事者の合意で定めることも基本的には可能である。

しかし、当事者の自由な意思に基づいて契約を締結したとしても、社会的妥当性を欠くような契約内容までが許容されるわけではない。

#### 2 消費者に著しく不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約

法律が解除権を定めているものとして、例えば、民法第541条の履行遅滞等による解除、特定商取引法第9条等による契約の申込みの撤回等（いわゆるクーリング・オフ制度）、同法49条による特定継続的役務提供契約の中途解約権等がある。法律に定めがなくとも当事者の合意に基づいて解除権を定めることも可能である。法律が取消権を定めているものとしては、例えば、民法第96条の詐欺又は強迫による取消し、特定商取引法第9条の3等による取消し、消費者契約法第4条による取消し等がある。

消費者の有する解除権や取消権を制限する条項、事業者の有する解除権や取消権の要件を緩和する条項、消費者が解約権を行使する場合には高額な解約料を支払うこととする条項のように、明らかに合理的理由もなく消費者の権利を制限したり、消費者に義務を課したりする契約内容は、本号に該当する。

もっとも、特定商取引法によるクーリング・オフ制度は、これに反する特約で消費者に不利なものは無効となる旨が規定されており（同法第9条第8号等）、消費者契約法による取消しも、これに反する特約は無効と解される場所である。こうした強行規定に反する内容の契約は無効となるので、実際には消費者に「著しく不当な不利益をもたらす」ことにはならないはずであるが、無効となるかどうかにかかわらず、本号の適用を判断すべきであることについて、規則第5条第1号の解説を参照。

### 【具体例】

1 家屋の賃貸借契約において、「賃借人が一度でも賃料の支払いを遅滞した場合には、何らの催告をすることなく本件賃貸借契約を解除できる」とする内容の契約を締



結させる。

規則第5条第3号 [過量販売、不当に長期間にわたる契約]

(3) 消費者にとって不当に過大な量の商品等又は不当に長期間にわたって供給される商品等の購入を内容又は条件とする契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

【解説】

1 消費者にとって不当に過大な量の商品等

消費者の日常生活において通常必要とされる分量又は消費者にとって合理的に必要な分量を超えていることをいう。過大性については消費者の生活状況や商品等の内容等の諸事情を総合的に考慮して判断されることになる。

なお、消費者が特に必要としていた等の特段の事情が認められる場合は、必ずしも本号に該当しない可能性があるが、消費者が契約内容について単に承諾したというだけでは、直ちに上記特段の事情があったとは認められない。

2 不当に長期間にわたって供給される商品等の購入を

消費者にとって合理的な必要性を超えて、長期間にわたって供給される商品又はサービス（役務）等をいう。不当に長期間にわたるか否かについては、消費者の生活状況や商品ないし役務の内容等の諸般の事情を総合的に考慮して判断されることになる。

3 内容又は条件とする

「条件とする」とは、不当に過大な量の商品等又は不当に長期間にわたって供給される商品等を直ちに購入させる契約ではないが、そのような条件が付されている場合をいう。

【具体例】

1 独居老人宅を訪問し、通常1組の布団があれば十分であるにもかかわらず、十数組の布団及び関連商品をローンで次々と契約させる。

2 1回限りの購入として申込みをしたにもかかわらず、数か月間の定期購入の契約となっていた。

#### 規則第5条第4号 [意思表示と異なる契約書面の作成]

(4) 消費者が購入の意思表示をした主たる商品等と異なるもの又は消費者が意思表示をした取引条件と異なる事項を記載した契約書面を作成して、消費者に著しく不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

#### 【解説】

##### 1 消費者が購入の意思表示をした主たる商品等と異なるもの

消費者が実際に意思表示した商品等と異なる商品等を指す。

##### 2 意思表示をした取引条件と異なる事項

消費者が実際に意思表示した取引条件と異なる取引条件を指す。

##### 3 消費者に著しく不当な不利益をもたらすこととなる内容の

「著しく不当な」については、規則第5条第1号の解説を参照。

ここでは、契約書面に記載された内容が、消費者にとって合理的な根拠もなく、明白に不利益なものと評価できることを指す。

かかる内容の契約は、法律上無効とされる可能性があるが、規則第5条第1号の解説で述べたところと同様に、法律によって無効となるかどうかにかかわらない。

#### 【具体例】

- 1 子の家庭教師派遣を勧誘し、その契約をする際に、学習教材の購入を内容とする契約書を作成して、締結させる。
- 2 外壁の修理契約に際し、「10月末に完成させる」旨の口頭での合意があったが、契約書面上は11月末と記載する。
- 3 「浄水器のレンタル契約であり、いつでも解約できる」と言って勧誘しながら、浄水器の割賦購入契約と記載した契約書を作成して、締結させる。

規則第5条第5号〔過剰与信を伴う契約〕

(5) 商品等の購入に伴って消費者が受ける信用がその者の返済能力を著しく超えることが明白であるにもかかわらず、そのような信用の供与と一体をなした内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

【解説】

1 商品等の購入に伴って消費者が受ける信用が

ここにいう「信用」とは、消費者が商品等を購入するにあたって、販売業者やクレジット会社等から後払いや分割払い等で信用を受けること（販売信用）と金融業者等から直接金銭を借り入れること（消費者金融）の両方を指す。

2 その者の返済能力を著しく超えることが明白である

返済能力を超えるか否かの判断基準としては、消費者の収入、支出の状況、保有資産、債務状況、家族構成、生活実態等が考えられる。消費者の状況を客観的に分析し、明らかに返済能力を超えていると判断されることで足りる。

3 そのような信用の供与と一体をなした内容の契約

商品等の購入に伴う与信として、商品等を販売する事業者が消費者に購入代金の後払いや分割払いの契約をさせたり、別の与信業者が購入代金の立替払い、購入資金の貸付け、債務保証等をしたたりする場合をいう。

与信業者としては、クレジット会社、貸金業者、銀行、保険会社等の金融機関が想定される。

【具体例】

- 1 年金生活の高齢者に、寝具の購入契約に関するクレジット契約を次々と締結させる。
- 2 複数口の負債を抱えており、新たなローンの返済能力がない者に対し、言葉巧みにローン契約を締結させる。
- 3 連鎖販売事業者が、自らは返済能力のない者に対し、高収入が得られるのでそれによって借入金の返済は可能であると説明し、商品等の購入資金を消費者金融から借り入れをさせる。

規則第5条第6号 [不当に不利な裁判管轄等を定める契約]

(6) 契約に関する訴訟について消費者に不当に不利な裁判管轄を定める契約その他契約に関する紛争又は苦情の処理について消費者に不当に不利な内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

【解説】

1 契約に関する訴訟について消費者に不当に不利な裁判管轄を定める契約

合意された裁判管轄が消費者の住所から極めて遠方にある等、消費者の訴訟活動に著しい不利益を与える不公平な内容の裁判管轄であることをいう。

2 契約に関する紛争又は苦情の処理について消費者に不当に不利な内容の契約

消費者と事業者との間の紛争又は苦情の処理に関し、煩雑な手続や公正さが保たれていない手続によることを義務づける等、消費者の正当な権利実現を著しく阻害する契約内容をいう。

なお、消費者契約法等によって無効となるかどうかにかかわらず、本号の適用を判断すべきであることについて、規則第5条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 札幌市に在住する消費者とのローン契約であり、かつ全国展開している信販会社であるにもかかわらず、同社の本店所在地を管轄している東京地方裁判所又は東京簡易裁判所のみを専属的な合意管轄とする条項を含んだ契約を締結させる。

2 消費者と事業者との契約に関する紛争について、当該事業者の定める機関による仲裁やあっせんの手続によることを消費者に義務づけ、それ以外の方法による請求を禁止する条項を含んだ契約を締結させる。

規則第5条第7号〔第三者による不正使用の責任を消費者に負担させる契約〕

(7) クレジットカード、会員証その他消費者が商品等の提供を受けるための資格を証する物が第三者によって不正に使用された場合に、消費者に不当に責任を負担させる内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

#### 【解説】

#### 1 クレジットカード、会員証その他消費者が商品等の提供を受けるための資格を証する物

消費者が事業者から商品等の提供を受ける際に、その資格があることを証明するために使用するものを指す。

「物」とあるが、上記資格があることについての証拠という趣旨であり、カード等の物体を伴わない番号や記号（IDやパスワード等。）のみの場合であっても、これに該当する。

#### 2 第三者によって不正に使用された場合

第三者が窃盗、詐欺、拾得等によって資格を証する物を取得し、正当な許可を得ることなく使用することをいう。

#### 3 消費者に不当に責任を負担させる内容の契約

消費者の故意や過失がないにもかかわらず、第三者の不正使用による責任を消費者に負担させるものや、事業者が第三者による不正使用を容易に防止できたのに、それを怠った場合の責任を消費者に全て負担させるもの等は、本号に該当する。

なお、かかる内容の契約は、法律上無効とされる可能性があるが、規則第5条第1号の解説で述べたところと同様に、法律によって無効になるかどうかにかかわらない。

#### 【具体例】

1 消費者が紛失したクレジットカードを取得した第三者が不正使用した場合に、消費者の故意や過失の有無にかかわらず、消費者が全責任を負う内容のクレジットカード契約を締結させる。

2 会員である消費者が会員証を紛失した場合、紛失した旨を届け出た後に行われた第三者による不正使用による損害を、当該消費者に全額負担させる内容の会員契約を締結させる。

## 規則第5条第8号 [事業者を不当に免責する契約]

(8) 事業者の債務不履行、債務履行に伴う不法行為若しくは契約の目的物の瑕疵により生じた消費者に対して事業者が負うべき損害賠償責任又は当該瑕疵に係る事業者の修補責任の全部又は一部を不当に免除する内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

### 【解説】

#### 1 事業者の債務不履行、債務履行に伴う不法行為

「債務不履行」とは、事業者が故意又は過失によって、法律や契約に基づく義務を履行しないことをいう。

「債務履行に伴う不法行為」とは、債務を履行するに際して消費者の権利を違法に侵害することをいう。

#### 2 契約の目的物の瑕疵により生じた

「契約の目的物の瑕疵」とは、契約によって定められた機能、品質、性能ないし状態を備えていないことをいう。

「瑕疵」の有無は、契約における当事者の合理的意思解釈によって判断される。

#### 3 消費者に対して事業者が負うべき損害賠償責任又は当該瑕疵に係る事業者の修補責任の

債務不履行による損害賠償責任については民法第415条、第416条等に、売主の担保責任については民法第560条ないし第572条等、それぞれ規定がある。

#### 4 全部又は一部を不当に免除する内容の契約

本来は事業者が負うべき責任の全部又は一部を、合理的な理由なく免除することをいう。

かかる免除条項により、事業者が本来負うべき責任が、その帰責性を度外視して消費者へ転嫁させられることとなる。

なお、かかる内容の契約は、法律上無効とされる可能性があるが、規則第5条第1号の解説で述べたところと同様に、本号は、法律によって無効になるかどうかにかかわらない。

### 【具体例】

1 事業者に責めに帰すべき事由があっても一切の責任を負わない、又は著しく低い損害賠償額の上限を設ける内容の契約を締結させる。

2 事業者が提供する商品に何らかの瑕疵があっても一切の損害賠償、交換及び修理

には応じない内容の契約を締結させる。



規則第5条第9号 [その他消費者の利益を一方的に害する契約]

(9) 法律の規定が適用される場合に比して、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重して消費者の利益を一方的に害する内容の契約を締結させ、又はそのような内容の契約に変更させる行為

【解説】

1 法律の規定が適用される場合に比して

「法律の規定」には、強行規定及び任意規定が含まれる。

2 消費者の権利を制限し

法律によって定められた消費者の権利につき、全部若しくは一部を行使し得なくすること、又は全部若しくは一部を行使するための要件を加重することをいう。

3 消費者の義務を加重して

法律によって定められた消費者の義務発生要件の全部若しくは一部を除外すること、又は消費者の義務の内容を拡大することをいう。

4 消費者の利益を一方的に害する内容の契約

合理的な理由なく消費者にとって不利益であり、事業者の不利益との均衡性がない内容の契約であることをいう。

なお、かかる内容の契約は、法律上無効とされる可能性があるが、規則第5条第1号の解説で述べたところと同様に、法律によって無効になるかどうかにかかわらない。

【具体例】

1 理由の如何を問わず、事業者が一方的に契約内容を変更できる旨の条項を含む契約を締結させる。

規則第6条（条例第22条第1項第5号に該当する行為の基準）

規則第6条第1号 [不当な方法による履行強要]

第6条 条例第22条第1項第5号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

（1）消費者を欺き、威迫し、若しくは困惑させ、又は正当な理由がなく早朝若しくは深夜に、若しくは消費者が正常な判断をすることが困難な状態のときに電話をし、若しくは訪問する等により、債務の履行を強要する行為

#### 【解説】

##### 1 消費者を欺き

うそを言い、騙す行為をいう。

##### 2 威迫し

規則第3条第9号の解説を参照。

##### 3 困惑させ

言語、動作、態度、表示により、消費者に不安を与え、戸惑わせるような言動をいう。

##### 4 正当な理由がなく早朝若しくは深夜に

規則第3条第10号の解説を参照。

##### 5 消費者が正常な判断をすることが困難な状態のときに電話をし、若しくは訪問する等により

電話や訪問のほか、「等」にあたるものとして、張り紙、電子メールやSNS等の様々な手段が考えられる。

##### 6 債務の履行を強要する

消費者の意思に反し、消費者の事業者に対する債務（金銭の支払、物の引き渡し等）を行わせることをいう。

#### 【具体例】

1 消費者金融への支払いを遅延している消費者に、「職場に取り立てに行く」等と威迫し支払いを強要する。

2 家賃の支払いを滞納している消費者に、深夜遅く取り立てに行き、近所にもわかるように大声で威迫し、困惑させて支払いを強要する。

規則第6条第2号 [不当な方法により金銭を調達させる履行強要]

(2) 消費者を欺き、威迫し、若しくは困惑させる方法その他これらに類する不当な方法により消費者に金銭を借り入れさせ、又は預貯金、生命保険その他の金融商品の解約等をさせることにより、消費者に金銭を調達させて、債務の履行を強要する行為

【解説】

1 消費者を欺き

規則第6条第1号の解説を参照。

2 威迫し

規則第3条第9号の解説を参照。

3 困惑させる方法

規則第6条第1号の解説を参照。

4 その他これらに類する不当な方法により

本号は、「欺き、威迫し、若しくは困惑させる方法」に限らず、これらに類する不当な方法も、広く対象になる。

5 消費者に金銭を借り入れさせ

債務の履行に充てる原資を借り入れることであり、借入先を問わない。また、消費者自身の名義による借入であるか否かも問わない。

6 預貯金、生命保険その他の金融商品の解約等をさせることにより

解約等の対象となる金融商品については、消費者自身の名義であるか否かは問わない。

7 消費者に金銭を調達させて

債務の履行に充てるための金銭を用意することである。

8 債務の履行を強要する行為

規則第6条第1号の解説を参照。

**【具体例】**

- 1 消費者金融の支払が滞っている消費者に対して、「他から借りてでも支払え」と他の消費者金融へ同行して借り入れをさせ、支払を強要する。
- 2 「いますぐ代金を支払わないと違約金を請求する」等と威迫し、定期預金を解約して支払うよう強要する。

規則第6条第3号 [不利益情報を利用する履行強要]

(3) 正当な理由がないにもかかわらず、消費者にとって不利益となる情報を信用情報機関又は消費者の関係人に通知する旨の言動等を用いて、又は表示をして、債務の履行を強要する行為

【解説】

1 正当な理由がないにもかかわらず

正当な理由があるかどうかは、事案ごとに異なる。もともと、債務の履行を求めるために、消費者の不利益となる情報を、保証人等ではない者に対して通知する旨を告げるといった行為に、正当な理由がある場合は通常考えがたい。

2 消費者にとって不利益となる情報を

債務があることや、契約の性質上、人に知られたくないような契約内容等の情報をいう。

3 信用情報機関

消費者の信用情報の収集及び金融業者等に対する当該情報の提供を行うもので、割賦販売法及び貸金業法に定める指定信用情報機関のほか、それと類する機関と消費者が誤認するような機関を指す（架空であるものも含まれる。）。

いわゆる「ブラックリストに載せる」という表現も、信用情報機関に延滞等の事実を通知して事故情報が登録されるとの意味であるから、信用情報機関への通知に該当する。

4 消費者の関係人に

消費者の家族、親戚、友人、職場の者等、消費者と何らかの関係を有する者をいう。

5 通知する旨の言動を用いて、又は表示をして

言動や表示の手段については、特に制限がない。

6 債務の履行を強要する行為

規則第6条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 アダルトサイト利用料を「すぐに支払わないとブラックリストに載る」等と告げて支払を強要する。

2 消費者金融等の債務の履行が滞っている消費者に対し、「会社に言う。クビにな

ってもいいのか」等と威迫し支払を強要する。

規則第6条第4号 [契約成立に争いのある債務の履行強要]

(4) 契約の成立について消費者が争っているにもかかわらず、契約が成立したと一方的に告げ、又は表示をして、債務の履行を強要する行為

**【解説】**

1 契約の成立について消費者が争っている

訴訟を起こしていることに限らず、消費生活センター等に相談をしている等、広く契約は成立していない旨を事業者に明示していることをいう。一度契約を締結した後、クーリング・オフ等による意思表示の撤回や契約の解除、契約の取消しを主張している場合は該当しない（これらの場合については、規則第8条第3号 [撤回権等の行使に対する契約の強要] 参照）。

2 契約が成立したと一方的に告げ、又は表示をして

「一方的に」とは、相手のことを考えないで、自分の側の都合だけであることを指す。

消費者から契約の成立を争う根拠が何ら示されていない場合や、その根拠に合理性がない場合に、そのことを指摘して契約の有効性を主張し、債務の履行を求める行為は、通常はこれに該当しない。

3 債務の履行を強要する行為

規則第6条第1号の解説を参照。

**【具体例】**

1 電話勧誘を行う事業者に対して、消費者が電話で「要らない」と断ったにもかかわらず、消費者が購入したのとして商品を送りつけ、代金の支払を強要する。

2 事業者が自宅のリフォームの無料見積もりとして消費者宅を訪れた後、消費者が正式な発注をしていないにもかかわらず、「既に資材を手配しており払ってもらわなければ困る」等と告げて、代金の支払を強要する。

規則第7条（条例第22条第1項第6号に該当する行為の基準）

規則第7条第1号〔成立していない債務の履行強要〕

第7条 条例第22条第1項第6号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

（1）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、後援等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、本来は生じていない債務が生じていると消費者に誤認させ、又は本来は生じていない債務を履行するように威迫して、当該債務の履行を強要する行為

#### 【解説】

1 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

規則第3条第24号の解説を参照。

2 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、後援等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

規則第3条第24号の解説を参照。

3 本来は生じていない債務が生じていると消費者に誤認させ

「誤認させ」とは、間違っって正しくないものを認めさせることである。ここでは、発生していない債務を、発生していると誤解させることを指す。

4 本来は生じていない債務を履行するように威迫して

「威迫して」については、規則第3条第9号の解説を参照。

5 当該債務の履行を強要する行為

規則第6条第1号の解説を参照。

#### 【具体例】

1 「民事裁判執行所」等と実在しない機関を名乗り、消費者に対して「有料サイトの利用料につき裁判が起こされており、金銭を支払わなければ自宅・職場に強制執行を行う」と嘘が書かれた文書や電子メールを送る。

2 市町村役場の職員を名乗り、「税金の還付手続があるので、その受け取りに必要な事務手数料を、今日中に入金する必要がある」等と述べて支払を要求する。



規則第7条第2号〔既に履行されている債務の履行強要〕

(2) 契約に基づく消費者の債務が既に履行されているにもかかわらず、消費者の過去の取引に関する情報を利用する等により、当該債務が不履行であると誤認させて、当該債務の履行を強要する行為

【解説】

1 契約に基づく消費者の債務が既に履行されているにもかかわらず

消費者が過去に債務を履行し、現在は債務がない状態を指す。

2 消費者の過去の取引に関する情報を利用する等により

「過去の取引に関する情報を利用する」は例示である。

「等」にあたるものとして、例えば、実際に過去の取引に関する情報を利用することなく、単なる憶測で過去の契約に基づく債務の履行を求めたような場合が考えられる。

3 当該債務が不履行であると誤認させ

「債務が不履行」とは、債務が完全に履行されておらず、全部又は一部の義務がまだある状態を指す。

「誤認させ」については、規則第7条第1号の解説を参照。

4 当該債務の履行を強要する行為

規則第6条第1号の解説を参照。

【具体例】

1 消費者が以前購入したことのある資格教材の事業者の名前を出し、「事業を引き継いだが、継続講座が解約されておらず、年会費が支払われていない」等と嘘を述べて、支払を求める。

2 消費者が以前利用していた有料の情報サイトの名前を出し、「解約されておらず、利用料が発生している」等と嘘を述べて、支払を求める。

## 規則第7条第3号〔電子計算機を不当に用いる履行強要〕

(3) 電子計算機を用いた方法による契約の申込みを受けようとする場合において、当該契約に係る消費者による電子計算機の操作が契約の申込みとなることを電子計算機の映像面においてあらかじめ容易に認識できるように表示しない等の電子計算機の操作を不当に誘導する方法により、契約が成立したと誤認させ、当該契約に係る債務の履行を強要する行為

### 【解説】

#### 1 電子計算機を用いた方法による契約の申込みを受けようとする場合において

「電子計算機」とは、コンピューター、スマートフォン、タブレット等のインターネットに接続された電子機器のほか、専用回線を利用した端末機等の電子機器を指す。

#### 2 当該契約に係る消費者による電子計算機の操作が契約の申込みとなることを電子計算機の映像面においてあらかじめ容易に認識できるように表示しない等の電子計算機の操作を不当に誘導する方法により

いわゆる電子消費者契約法（電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律）第3条は、民法第96条但書、すなわち重過失のある表意者は自ら意思表示の無効を主張できないとの規定に関して、「事業者（その委託を受けた者を含む。以下同じ。）が、当該申込み又はその承諾の意思表示に際して、電磁的方法によりその映像面を介して、その消費者の申込み若しくはその承諾の意思表示を行う意思の有無について確認を求める措置を講じた場合又はその消費者から当該事業者に対して当該措置を講ずる必要がない旨の意思の表明があった場合」でない限り、民法第96条但書は適用しないと定めている。

したがって、本号にいう「消費者による電子計算機の操作が契約の申込みとなることを電子計算機の映像面においてあらかじめ容易に認識できるように表示しない等」の場合には、消費者において錯誤無効を主張できることが通常と思われる。本号も、かかる方法により「契約が成立したと誤認させ」と規定しており、契約が有効に成立していないことを前提としている。

#### 3 契約が成立したと誤認させ

「誤認させ」については、規則第7条第1号の解説を参照。

ここでは、成立していない契約を、成立していると誤解させることを指す。

#### 4 当該契約に係る債務の履行を強要する行為

規則第6条第1号の解説を参照。

### 【具体例】

- 1 アダルトサイトで「無料ダウンロード」と記載されたリンクを消費者がクリックすると「入会を受け付けました」と表示し、入会金の支払を要求する。
- 2 ゲームアプリで「次のステージへ」と記載されたアイコンを消費者がタップすると「5,000ポイント課金します」と表示し、ポイント料金の支払を要求する。
- 3 有料出会い系サイトで消費者が電子メールアドレスや携帯電話番号を会話相手に伝えようと送信したところ、サイト事業者から「直メール・携帯電話・ID交換は特別ポイントが必要になるので2万円課金します」と表示し、ポイント料金の支払を要求する。

規則第8条（条例第22条第1項第7号に該当する行為の基準）

規則第8条第1号〔再三の催告に対する履行の遅延又は拒否〕

第8条 条例第22条第1項第7号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

（1）履行期限が過ぎているにもかかわらず、消費者からの再三の履行の督促に対し、適切な対応をすることなく、契約に基づく債務の履行を遅延し、又は拒否する行為

## 【解説】

### 1 履行期限が過ぎているにもかかわらず

債務を履行すべき期限（弁済期）を経過していることをいう。

もっとも、「履行期限が過ぎている」ことをもって直ちに本号に該当するわけではなく、「消費者からの再三の履行の督促」がなされた後、履行をするのに通常必要と考えられる合理的期間を過ぎてもなお履行しない場合であることを要する。

### 2 消費者からの再三の履行の督促に対し

「再三」とは、複数回の意味であり、少なくとも2回以上の督促が必要である。また、督促と次の督促の間には履行をするのに必要な相当の期間を猶予しなければならない。一度に間髪を容れず複数回履行を督促しても、「再三」には該当しない。

「履行の督促」とは、債務の履行を請求することであり、形式は不要であり、文書による督促でも口頭による督促でもよい。

事業者による拒否が、取り付く島がないほどの強度をもってなされる場合には、不当性が高く、また、何度督促をしても無意味であるから、一回の督促でも「再三の履行の督促に対し」の要件は充たされる可能性がある。

ここにいう「履行の督促」は、契約に基づく範囲内の給付を求める必要がある。契約を超える履行や契約と異なる履行の要求、あるいは契約を解除する旨の主張等は、再三繰り返しても本号の「履行の督促」にはあたらない。

### 3 適切な対応をすることなく

「適切な対応」とは、主として、速やかに債務の本旨に従った履行（契約どおりの義務の履行）をすることである。そのほかにも、履行の遅延や拒否の理由を消費者に説明することや、損害賠償等を支払うこと、そのための担保を供与すること、それらのことを約束すること等も含まれる。消費者からの督促に対し、直ちに履行遅延を解消することができなくても、事業者が、消費者に対し、代替品や代替サービスを提案ないし提供する、消費者と真摯に対応を協議する等をしたときは、適切な対応と評価される可能性がある。

したがって、正当な理由なく、消費者の履行の催告に対し、上記のような適切な対応をしない場合は、「適切な対応をすることなく」に該当する。事業者は履行遅延や履行

拒否の正当な理由があると評価されるのは、民法の規定によると、①債務が存在しない場合、②事業者に同時履行の抗弁権等の履行拒絶権が存在する場合（例えば、消費者が反対債務を履行していない場合）、③履行遅延又は履行拒否の原因が、天災事変のような事業者の責に帰すべからざる事由にある場合等である。

#### 4 契約に基づく債務の

「契約に基づく債務」の基本となるのは、商品もしくは権利の引渡し又は役務の提供といった主たる給付義務であるが、特約に基づく債務も含まれる。また、契約に基づく付随義務（説明義務等）や付随的債務も含まれる。

契約条項によって契約清算時に発生すると定められた事業者の義務も、これに含まれる。合意による解除契約に基づく義務も同様である（契約解消後の法定債務の履行遅延等については規則第8条第4号参照）。

#### 5 履行を遅延し

弁済期を経過しても履行しないことをいう。債務の全部を履行しない場合はもちろん、一部を履行しない場合も「履行を遅延し」に該当する。

#### 6 拒否する行為

消費者からの督促に対して口頭又は書面で明示的に履行を拒否する場合（契約は無効である、解除した等の履行義務を否定する主張もこれに含まれる。）だけでなく、履行の拒否は明言しないものの、実質的に拒否と認められる行為をする場合も、これに該当する。例えば、督促を無視ないし黙殺する、目的物の引渡しやサービスの提供を不可能にする、契約時にはなかった不均衡な（あるいは到底実現できない）条件を持ち出して、これを満たさない限り履行しないと主張する等の場合である。履行の全部を拒否する場合だけでなく、一部を拒否する場合もこれに該当する。

事業者が履行拒否とその撤回を繰り返して、結局、履行しない状態が継続している場合は、履行拒否の撤回が口実として利用されているに過ぎないから、履行遅延とも実質的な履行拒否とも評価できる。

「履行できないかもしれない」といった不安や懸念の表明は、それだけでは履行の拒否にはあたらない。しかし、再三の督促にもかかわらず、そのような表明を繰り返すだけで、改善策をとらない場合（履行しない口実として不安や懸念の表明がなされているに過ぎないような場合）は、履行拒否と評価される。

**【具体例】**

- 1 学習教材の購入契約において、個別指導をする旨の契約内容が含まれているにもかかわらず、いくら催促しても「そのうちに行く」等と曖昧な返事を繰り返すだけで実行しない。
- 2 顧客からの督促に対し、毎回「すぐにやります」等と返答しながら、いつまでも履行せず、これに応じない態度をとり続ける。

## 規則第8条第2号〔苦情に対する追完の遅延又は拒否〕

(2) 契約に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者の苦情に対し、担当者の不在、退職等を理由に対応を拒み、債務の履行を遅延し、又は拒否する行為

### 【解説】

#### 1 契約に基づく債務の

規則第8条第1号の解説参照。

契約条項又は合意によって定められたアフターサービス、付随義務又は付随的債務も含まれる。

#### 2 完全な履行がない旨の消費者の苦情に対し

「完全な履行がない旨の消費者の苦情」とは、給付はなされたが、その内容が契約内容に適合していない旨の消費者の主張である。

なお、ここにいう「消費者の苦情」には、消費者が過剰要求を通すための口実として用いるものは含まれない。

#### 3 担当者の不在、退職等を理由に対応を拒み

「対応を拒み」とは、消費者の苦情に対し、実質的に対応しないことである。「担当者の不在、退職」は例示的の列挙であり、「等」には、その他の理由による事業者の誠実でない対応が含まれる。苦情を無視することや、苦情に対し、「後日、連絡する」、「担当者に確認次第、連絡する」、「直ぐに対応する」等と返答しながら放置することもこれに含まれる。

#### 4 債務の履行を遅延し、又は拒否する行為

規則第8条第1号の解説を参照。

### 【具体例】

1 エアコンの購入契約に基づき、消費者の自宅に取付工事を行った。しかし、エアコンに不備があり、温度の調整が全くできなかつたため、後日、消費者から苦情を伝えたが、担当者の不在を理由に対応しない。

2 上記のような例で、消費者からの苦情に対し、「直ぐに見に行きます」と言いながら、何週間経っても対応しない。

## 規則第8条第3号〔撤回権等の行使に対する契約の強要〕

(3) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しの申出に対して、これを拒否し、威迫し、若しくは黙殺し、又は術策等を用いて当該権利の行使を妨げて、契約の成立又は存続を強要する行為

### 【解説】

#### 1 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しの申出

「正当な根拠」とは、契約及び法律である。

正当な根拠に基づく「契約の申込みの撤回」は、契約条項により撤回権が設定されている場合や、特定商取引法第9条、第9条の2、第15条の2、第24条、第58条の14等による法律上の撤回権を指す。同法以外の法律に基づくものとして、個別クレジット契約（割賦販売法第35条の3の10、第35条の3の11）、生命・損害保険契約（保険業法第309条）、宅地建物取引（宅地建物取引業法第37条の2）、預託等取引契約（特定商品預託法第8条）、投資顧問契約（金融商品取引法第37条の6同法施行令第16条の3）等がある。

正当な根拠に基づく「契約の解除」とは、契約条項や特約により設定された約定解除権、民法上の債務不履行や担保責任による法定解除権、各種典型契約についての法定解除権、特定商取引法第9条、第9条の2、第15条の2、第24条、第24条の2、第40条、第48条、第58条の14により設定された解除権（法定返品権等を含む。）等である。また、解約の告知や解除条件成就の主張も、これに含まれると解される。

正当な根拠に基づく「取消権」とは、制限行為能力や瑕疵ある意思表示を理由とする民法上の取消権、消費者契約法第4条の取消権、特定商取引法第9条の3、第24条の2、第40条の3、第49条の2、第58条の2により設定された取消権等である。

なお、錯誤、公序良俗違反、意思無能力等を理由とする契約無効の主張の場合にも、契約関係から解放することによって消費者の損害を防止し、その利益を保護する必要性は同様であるから、本号が類推適用される。

クーリング・オフ期間経過後の撤回の主張や、存在しない解除権又は取消権を行使するとの主張等、正当な根拠のない権利主張は、本号に該当しない。

#### 2 これを拒否し、威迫し、若しくは黙殺し、又は術策等を用いて当該権利の行使を妨げて

「これを」とは、消費者からの撤回権、解除権又は取消権の行使の申出を指す。それゆえ、事業者が拒否、威迫若しくは黙殺し、又は術策等を用いたとしても、それが消費者からの撤回権、解除権又は取消権の行使の申出に対してなされたものでなければ、本号は適用されない。



「これを拒否し」とは、消費者からの撤回等の申出を受け容れないことである。形式は問わず、口頭でも書面でもよく、言葉によっても態度によってもよい。郵送された撤回等の意思表示を受取拒否することは、態度による拒否に該当する。また、消費者からの解除等の口頭による申出をいったんは認めておきながら、後になって、「そのような申し出は受けていない」、「その証拠がない」等と主張することも拒否に含まれる。

「威迫」とは、相手方に対し強い言葉や態度を示すことで心理的な圧迫を加え、危害や何らかの不利益を被らされるかもしれないとの不安感を抱かせたり、要請や要求に抗うのが困難であるとの印象や、迷惑な感情を覚えさせる程度の言動を行うことを意味する。威迫は、刑法上の脅迫や民法上の強迫よりも心理的圧迫の度合いが低いもので足りる。

「黙殺」とは、無視することである。消費者からの撤回等の申出に対して、何ら対応もとらずに放置することや、契約の成立又は存続を前提とする行動をとることである。

「術策等を用いて」とは、消費者に撤回権等について虚偽の情報を与えて（例えば、行使可能期間がまだ経過していないにもかかわらず、既にそれが経過したと告げる等）その行使を妨げたり、あるいは、消費者から連絡できないようにメールアドレス等を変更したり、着信拒否をしたり、受話器を上げておいたり、電話線を抜いたり、虚偽の連絡先を教えたり、営業時間を偽ったり、消費者が来る時間を見計らって店舗を閉店したりする等して、撤回等の申出を受けないようにすることをいう。一方で、消費者からの撤回等の口頭による申出を受け容れておきながら、他方で、契約の成立又は存続を前提として行動し、消費者に契約どおりの履行を求めることも「術策等」に含まれる。

### 3 契約の成立又は存続を強要する行為

規則第6条第1号の解説を参照。

#### 【具体例】

1 事業所外で締結した契約について「8日以内なら解約可能」と説明しておきながら消費者が契約締結の2日後に解約を申し入れたところ、「会社のコンピューターに登録済になった」等と説明して、契約の存続を主張する。

2 消費者から、エステティックサロンでレーザー脱毛の施術を複数回にわたって受ける契約を解約したい旨の電話連絡を受け、当該消費者を営業所に呼び出して、「なぜ解約するのか」、「自分勝手だとは思わないのか」等と長時間繰り返し、解約を撤回させようとする。

3 クーリング・オフの行使を妨げる目的で、消費者の自発的意思によらずに、特定商取引法第26条第5項第1号の法令で定める商品の全部又は一部を使用させる。

4 消費者のクーリング・オフの行使を妨げることを目的として、手数料、解約料等を請求する。

規則第8条第4号〔撤回権等の行使に伴う返還義務等の履行の遅滞又は拒否〕

(4) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しが有効に行われたにもかかわらず、法律上これに基づく義務とされる返還義務、原状回復義務、損害賠償義務等の履行を正当な理由がなく遅延し、又は拒否する行為

【解説】

1 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しが有効に行われたにもかかわらず

規則第8条第3号の解説を参照。

錯誤、公序良俗違反、意思無能力等を理由とする契約無効の場合は、本号に列挙されていない。しかし、これらにより事業者に発生する不当利得返還義務は、撤回権等の行使により事業者に発生する返還義務や原状回復義務と本質的に同じ性質のものであり、また、消費者の損害防止及び利益保護という本条の趣旨に照らせば、事業者による履行遅延又は履行拒否の不当性は、その法定債務の発生原因が撤回権等の行使であれ契約の無効であれ変わらない。したがって、契約無効により発生する不当利得返還義務の場合にも、本号が類推適用される。

2 法律上これに基づく義務とされる返還義務、原状回復義務、損害賠償義務等の履行を

「法律上これに基づく義務」は、撤回権、解除権もしくは取消権の行使や、錯誤等の無効事由によって、契約が解消された結果として事業者に発生する法定債務を全て含むものである。「返還義務、原状回復義務、損害賠償義務」は例示であり、「等」の文言から明らかなように、これらに限定されるわけではない。

「原状回復義務」については、事業者が原状回復義務を負うことを認めつつも、原状回復としてなすべき内容について消費者の主張と事業者の主張が折り合わず、事業者が履行遅延又は履行拒否をすることが考えられる。原則として、事業者の負う原状回復義務は、その対象が金銭（支払った代金、申込金、入会金、手数料等）の場合は、その全額である。対象が物（下取りに出した物品等）の場合は、その物自体の返還であるが、滅失や処分等の理由により物自体の返還が不可能なときは、金銭による価格賠償となる。事業者が契約に基づいて既に土地等の工作物の現状に変更を加えていた場合は、消費者は、事業者に対し、変更の除去等の原状回復を事業者の負担で行わせることができる。

3 正当な理由がなく遅延し、又は拒否する行為

規則第8条第1号の解説を参照。

「正当な理由」のないことが要件である。正当な理由のある履行遅延又は履行拒否は

本号に該当しない。

消費者が、事業者に対し、法定債務の弁済期を猶予した場合は、その猶予期間内は事業者のために期限の利益が設定されたのであるから、履行遅延とはならない。かかる場合、消費者は、いったん与えた猶予期間を、事業者の承諾なしに奪うことはできない。

#### 【具体例】

1 訪問販売で、古い布団を下取りすることが条件の布団の販売契約が3日後に解約されたにもかかわらず、消費者からの「下取りに出した布団を返してほしい」という催促に応じない。

2 消費者がクーリング・オフの通知を発したにもかかわらず、根拠もなくクーリング・オフの効果を否定して、受領した代金を返還しない。

規則第8条第5号 [閲覧権等の行使に対する拒否]

(5) 法令の規定等により消費者に認められている財務書類等の閲覧権、事実又は情報開示を請求できる権利等の行使を拒否し、閲覧、開示等を拒む行為

**【解説】**

1 法令の規定等により消費者に認められている財務書類等の閲覧権、事実又は情報開示を請求できる権利等の

法令により消費者に閲覧権が与えられている、又は、事業者に事実又は情報の提供義務が課されていることが必要である。

「財務書類等の閲覧権」の例として、特定継続的役務提供に係る前払取引の相手方の閲覧権（特定商取引法第45条）、預託等取引契約における預託者の閲覧権（特定商品預託法第6条）、ゴルフ場等のスポーツ施設又は保養施設の会員の閲覧権（ゴルフ等会員権契約適正化法第9条）等がある。これらの契約を締結した消費者には閲覧権が発生するが、これから取引をしようとする消費者にはまだ閲覧権は発生していないことに注意が必要である。閲覧権の内容は、業務又は財産の状況を記載した書類の閲覧を請求できるといえるものである。

2 行使を拒否し、閲覧、開示等を拒む行為

これらの行為は、明示、黙示を問わず、言葉によるものでも態度によるものでもよい（規則第8条第1号の解説を参照）。

事業者が閲覧や開示には応じたものの、閲覧や開示に供された情報が虚偽であった場合に、「閲覧、開示等を拒む行為」といえるかが問題となる。本号が事業者による閲覧や開示の拒否を禁止する主な趣旨は、財務書類等の閲覧を通じて消費者の損害を防止し利益を保護することにあることに照らすと、虚偽の情報を閲覧等させる行為は、真実の情報へのアクセスを妨げる点において閲覧等の拒否と等しく、消費者の自発的な契約からの離脱の機会を奪う点において閲覧の拒否よりも不当性が高いといえ、かかる行為も「閲覧、開示等を拒む」に含まれる。

**【具体例】**

1 英会話教室を営む事業者が、同教室に1年間通学するコースを契約した受講生から財務諸表の閲覧を請求されたが、「受講者には閲覧は許可されていない」と回答して閲覧を拒否する。

2 消費者金融からお金を借りている消費者からの「これまで支払った額を確認したいので、自分の帳簿を見せてほしい」という請求に対し、債務残額を告げるだけで、取引経過を記載した帳簿を閲覧させない。

規則第8条第6号 [撤回権等の行使に対する違約金等の請求]

(6) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しの申出に対して、手数料、送料、サービス等の対価、違約金等の支払の請求その他の法律上根拠のない請求を行う行為

【解説】

1 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回又は契約の解除若しくは取消しの申出に対して

規則第8条3号の解説を参照。

2 手数料、送料、サービス等の対価、違約金等の支払の請求その他の法律上根拠のない請求

「法律上根拠のない請求」であれば、名目の如何を問わない。「手数料、送料、サービス等の対価、違約金」は例示的であり、これら以外のものも「等」に含まれる。

例えば、訪問販売におけるクーリング・オフの場合、損害賠償又は違約金、商品又は権利の引取り又は返還に要する費用、商品の使用若しくは権利の行使により得られた利益、提供された役務の対価、原状回復に要する費用の請求が、原則としていずれも法律上根拠のない請求に該当する（特定商取引法第9条）。

電話勧誘販売におけるクーリング・オフの場合は、損害賠償又は違約金、商品・権利の引取り又は返還に要する費用、提供された役務の対価、権利の行使により得られた利益、原状回復に要する費用の請求が、原則としていずれも法律上根拠のない請求に該当する（同法第24条）。

特定継続的役務提供におけるクーリング・オフの場合は、損害賠償又は違約金、権利・関連商品の返還又は引取りに要する費用、提供された役務の対価の請求が、原則としていずれも法律上根拠のない請求に該当する（同法第48条）。

連鎖販売取引及び業務提供誘引販売取引におけるクーリング・オフの場合は、損害賠償又は違約金、商品の引取りに要する費用の請求が、原則としていずれも法律上根拠のない請求に該当する（同法第40条、第58条）。

また、クーリング・オフではない解除について、特定商取引法第10条、第25条、第40条の2、第49条、第58条の3、第58条の16等により一定の範囲でのみ事業者に損害賠償請求権が認められる場合には、その範囲においては法律上根拠のある請求となるが、それを超える部分については法律上根拠のない請求に該当する。

法定された撤回権等は消費者に与えられた権利であって、その行使に対して事業者が消費者に不利となる手数料等を課すことは許されないから、この場合の手数料等は「法律上根拠のない請求」に該当する。約定解除権や合意解除について、手数料等を支払う旨の合意があれば、「法律上根拠のない請求」とはいえない。

【具体例】

- 1 訪問販売で30万円の学習教材を購入した消費者がクーリング・オフしたことに対して、違約金として25万円を請求する。
- 2 消費者がサービス提供契約の約定解除権を行使したことに対して、契約条項に何も記載がないのに、未履行のサービス分の対価を請求する。

規則第9条（条例第22条第2項第1号に該当する行為の基準）

規則第9条第1号 [不当な与信行為]

第9条 条例第22条第2項第1号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

（1）与信契約等の締結の勧誘若しくは締結又は債務の履行に関する第2条から第8条までに規定する行為

**【解説】**

1 与信契約等の

本号にいう「与信契約等」については、条例第22条第2項に定義が定められており、「消費者が他の事業者から商品又はサービス等を購入することを条件又は原因として信用を供与し、又は保証を受託する契約」をいう。

2 締結の勧誘若しくは締結又は債務の履行に関する第2条から第8条までに規定する行為

第2条は用語の解説のため、実質的には第3条から第8条までに規定する行為を指す。

これについては、規則第3条ないし第8条の解説を参照。

## 規則第9条第2号 [過剰与信]

(2) 信用の供与等が消費者の返済能力を超えることが明らかであることを知り、又は知り得るべきであるにもかかわらず、当該与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等を締結させる行為

### 【解説】

#### 1 信用の供与等

「信用の供与等」とは、消費者の信用に基づいて、代金の立替払、資金の貸付等を行うことをいう。信用とは、与信業者が先に立替払や貸付を行い、後で消費者による立替金の支払や返済がある場合における消費者の出捐までの時間的猶予を指す。

#### 2 消費者の返済能力を超えることが明らかであることを

「消費者の返済能力を超えることが明らか」とは、当該与信契約等の締結が消費者の支払能力を超えると認められることをいう。

通常は、与信申込書に記載された消費者に関する情報や、信用情報機関を利用すること等によって得た消費者に関する信用情報等に基づき、当該消費者の①年収、②預貯金、③債務の額、④債務の支払状況、⑤新たに信用を受けようとする額、⑥その他、支払が可能と見込まれるかどうかの判断に影響を与える事項等を調査して、与信契約等の可否が判断される。

#### 3 知り、又は知り得るべきであるにもかかわらず

「消費者の返済能力を超えることが明らか」であることを、与信業者が認識していた場合、又は前記のような調査を尽していれば認識し得たのに、それを怠ったために認識できなかった場合をいう。

#### 4 当該与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等を締結させる行為

「与信契約等」については、規則第9条第1号の解説を参照。

「締結を勧誘し、又は与信契約等を締結させる行為」については、規則第3条第1号の解説を参照。

### 【具体例】

1 クレジット会社が、返済できるような収入の見通しが無い学生に、高額のクレジットを利用させる。

2 クレジット会社が、個別クレジットの申込みに対して、自ら支払の調査もせず、また、個人信用情報機関に問い合わせることもせず、表面的な電話確認だけで、既に多額の債務を負っている消費者に与信する。



3 貸金業者が、高齢者に対し、高額の商品を購入するための資金として、月々の返済をなし得るだけの収入がないことを知りながら与信する。

## 規則第9条第3号〔正当な支払拒否に対する履行強要〕

(3) 与信契約等において、販売業者等（商品等の販売を行う事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者をいう。以下同じ。）に対して生じている事由をもって、消費者が正当な根拠に基づき支払請求を拒否しているにもかかわらず、消費者等に債務の履行を迫り、又は履行をさせる行為

### 【解説】

#### 1 与信契約等において

規則第9条第1号の解説を参照。

#### 2 販売業者等（商品等の販売を行う事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者をいう。以下同じ。）に対して生じている事由

「販売業者等に対して生じている事由」とは、原則として、販売契約の解除、取消し、無効その他販売業者等に対して代金の支払拒絶を主張し得る理由となるもの全てである。

そのような事由として、契約締結時の意思表示の瑕疵による無効・取消し（錯誤無効、詐欺取消し、強迫取消し、不実告知、事実不告知又は断定的判断の提供による取消し、不退去又は退去妨害困惑による取消し等）、制限行為能力による取消し（未成年者取消し、成年後見・保佐・補助制度による取消し）、公序良俗違反による無効、債務不履行解除、同時履行の抗弁権、瑕疵担保責任による解除、中途解約権、クーリング・オフ、約定解除権、相殺の抗弁等が挙げられる。

#### 3 正当な根拠に基づき支払請求を拒否している

「正当な根拠に基づき支払請求を拒否している」とは、割賦販売法第30条の4及び第35条の3の19の各規定による場合のほか、契約条項に抗弁の対抗を認める規定が置かれている場合に、それらの規定に基づいて与信業者からの支払請求を拒否していることをいう。

#### 4 消費者等に債務の履行を迫り、又は履行をさせる行為

「消費者等」とは、消費者本人のみならず、家族等の関係者をも含む。

「債務の履行を迫り、又は履行をさせる行為」は、直接に「債務を履行せよ」と要求する行為に限られず、間接に消費者等に意に沿わぬ履行をするよう圧力をかける行為をも含む。「威迫」と同様に、刑法上の脅迫や民法上の強迫よりも心理的圧迫の程度は低くてよい（規則第8条第3号の解説を参照）。

**【具体例】**

1 販売業者が倒産して、購入した商品が納入されていないことを理由として、消費者がクレジット会社に対して支払を拒絶したにもかかわらず、クレジット会社が消費者に督促状を送付する。

2 立替払契約書に抗弁権の接続が記載されており、消費者が販売業者の債務不履行を理由にクレジット会社に対して支払を拒絶したにもかかわらず、クレジット会社は支払期限が経過したとして催告書を送付する。

規則第10条（条例第22条第2項第2号に該当する行為の基準）

規則第10条第1号〔販売業者等の不当な取引行為を知ってする与信〕

第10条 条例第22条第2項第2号に該当する行為の基準は、次のとおりとする。

（1）販売業者等の行為が第2条から第8条までに規定する行為のいずれかに該当することを知らながら、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等を締結させる行為

#### 【解説】

#### 1 販売業者等の行為が第2条から第8条までに規定する行為のいずれかに該当することを知らながら

与信業者が、販売業者等において消費者に対し第3条ないし第8条に規定する不当な取引方法に該当する行為をした事実を認識していることである（第2条は用語の解説のため、実質的には第3条から第8条までに規定する行為を指す。）。

本号は、条例第22条第2項第2号に該当する行為の基準を定めるものであるところ、同号では「与信契約等の条件又は原因となる商品又はサービス等の販売を行う事業者若しくはその取次店等実質的な販売行為を行う者の行為が」不当な取引方法に該当する事実の認識又は認識可能性が要件とされている。したがって、本号の解釈としても、与信業者の認識対象である販売業者等による不当な取引方法に該当する行為は、与信契約等の条件又は原因となる販売契約等に関してなされたものであることを要する。

他方、本号においては、本条第2号のように販売業者等が与信業者の「信用の供与に係る加盟店等」であることが要件とはされていないから、必ずしも与信業者と販売業者等が加盟店その他の提携関係にあることを要しない。

#### 2 与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等を締結させる行為

与信契約等については、条例第22条第2項が「消費者が他の事業者から商品又はサービス等を購入することを条件又は原因として信用を供与し、又は保証を受託する契約をいう。」と定義しており、他の事業者から商品又はサービス等を購入すること（言い換えると、与信業者以外の事業者との販売契約等）が条件又は原因となって、消費者が与信業者から与信を受ける契約であれば、立替払契約、金銭消費貸借契約、保証委託契約等の法形式は問わない。

#### 【具体例】

1 クレジット会社が、不当な取引方法を行っている販売業者であることを知らながら、消費者との間で締結される販売契約についての立替払契約を締結する。

2 消費者金融業者が、販売業者において不当な取引方法を行っていることを知りながら、消費者との間で、その代金支払のために交わす金銭消費貸借契約を締結する。

規則第10条第2号〔加盟店等の不当な取引行為を知り得べきである与信〕

(2) 信用の供与等に係る加盟店等（加盟店契約を締結している販売業者等その他提携関係にある販売業者等をいう。）を適切に管理し、及び審査していれば、当該加盟店等の行為が第2条から第8条までに規定する行為のいずれかに該当することを知り得べきであるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等を締結させる行為

#### 【解説】

1 信用の供与等に係る加盟店等（加盟店契約を締結している販売業者等その他提携関係にある販売業者等をいう。）

「信用の供与等に係る加盟店等」とは、括弧書きのとおり、与信業者との間で、信用の供与等に関する加盟店契約を締結しているか、その他の提携関係にある販売業者等をいう。

2 適切に管理し、及び審査していれば

与信業者が、信用の供与等に係る加盟店等の関係にある販売業者等を、適切に管理及び審査する手段としては、加盟店等の提携関係を開始する段階では、当該販売業者等の所在地や代表者の氏名、取扱商品や役務の内容、販売方法等の調査や、加盟店情報交換制度、各地の消費生活センター等が受け付けた消費者相談情報等が、提携関係の継続中においては、上記の手段に加えて、消費者からの苦情や支払停止の抗弁等が考えられる。

割賦販売法という個別信用購入あっせん業者には、訪問販売等の一定の取引類型にあたる販売契約等に関する与信契約を締結する際に、販売業者等の勧誘方法について調査する義務や、その結果、不実告知等の違法な販売方法が認められるときには与信契約の締結禁止義務が規定されている（割賦販売法第35条の3の5、同法施行規則第75条ないし第77条、同法第35条の3の7等）。また、上記規定の適用がない場合においても、信用購入あっせん業者は、購入者から販売業者等の不実告知等に関する苦情があったときや、その他の苦情があったときには、その発生状況によって必要な事項を調査する義務を負う（包括信用購入あっせんについて同法第30条の5の2、同法施行規則第60条。個別信用購入あっせんについて同法第35条の3の20、同法施行規則第94条）。

また、信用購入あっせん業者に限らず、与信業者には、加盟店契約その他提携関係にある販売業者等の不適正な販売方法による販売契約等に関する与信を行って消費者の利益を損なうことがないように、当該販売業者等の管理や与信時の審査を適切に行い、不適正な与信を防止する責任（加盟店管理責任ないし適正与信調査義務）があると解される。

したがって、ここにいう「適切に管理し、及び審査していれば」とは、与信業者が、前述したような手段により加盟店等を管理及び審査して、上記の不適正な与信を防止する義務（割賦販売法の適用がある場合は同法に基づく義務を含む。）を尽くしていることを意味する。

3 当該販売業者等の行為が第2条から第8条までに規定する行為のいずれかに該当することを知り得べきであるにもかかわらず（本条第2項）

与信業者が、与信契約等の条件又は原因となる販売契約等に関し、当該販売業者等が第3条ないし第8条までに規定する不当な取引方法に該当する行為をした事実を認識することが可能であったことを意味する（第2条は用語の解説のため、実質的には第3条から第8条までに規定する行為を指す。）。

4 与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等を締結させる行為

規則第10条第1号の解説を参照。

**【具体例】**

- 1 クレジット会社が、訪問販売による個別信用購入あっせんの申込みに対し、販売業者の勧誘方法についての調査を行わなかったため、不当な取引方法がなされたことを把握できずに、当該販売契約に関する立替払契約を締結する。
- 2 クレジット会社が、加盟店に関してクレジットの名義借りをしているとの情報があるにもかかわらず、それについて十分に調査しなかったため、当該加盟店が消費者から名義借りをしていることを把握できずに立替払契約を締結する。