

令和5年1月13日

### 消費者契約法の改正を実現する連絡会

世話人 佐々木 幸孝（適格消費者団体・特定  
適格消費者団体消費者機構日本）  
同 藤井 克裕（適格消費者団体・特定適  
格消費者団体消費者支援機構関西）  
同 野々山 宏（適格消費者団体京都消費  
者契約ネットワーク）  
同 米田 覚（全大阪消費者団体連絡会）  
同 伊藤 陽児（愛知県弁護士会）  
同 五條 操（大阪弁護士会）

### 消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の 一部を改正する法律の成立に対する声明

当連絡会は、消費者、消費者団体役員、弁護士、司法書士、研究者、消費生活相談員などの個人及び消費者団体などの団体で構成され、公正な消費者取引の実現と消費者被害の適切な予防・救済に資する消費者契約法の改正の実現に向けて活動をしている。

令和4年12月10日、消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律が成立し、消費者契約法の内容が改正された。当連絡会は、この改正内容を受けて、以下のとおり声明する。

## 第1 総論

1 今般の消費者契約法の改正は、旧統一協会による被害などの靈感商法による被害の救済の実効化という観点から行われたものであるが、その内容は現行法4条3項6号の要件を修正し、同号に規定する不当勧誘類型に限り取消権の行使期間を伸長するのみである。これでは実際に救済可能な範囲は極めて限定的なものに留まり、靈感商法による被害の救済の実効化という目的を達成するにはほど遠いものと言わざるを得ない。

そもそも、消費者契約法は、消費者と事業者という情報・交渉力に格差のある関係を前提として、このような関係一般についての紛争解決規範を示すことによって、様々な手法が取られる悪質商法等に対しても柔軟に対応して、規制のいたちごっこのような問題を生じることなく消費者の利益を擁護するという機能を果たす法律である。

したがって、靈感商法という特定の商法を定義することにとらわれ、個別具体的な要件・効果を定めて、限定された類型のみに適用可能な取消権を定めるという法の在り方は消費者契約法の本質に反するものである。

実際にも、このような法の規定の在り方では、現実の被害事案において対応不可能となる結果を生じさせることとなる。今般の法改正でも不安をあらかじめ、又は不安に乗じて契約締結が必要不可欠である旨を告げたという類型のみを対象としており、既に被害救済にあたる現場からは、該当する事例が乏しく、被害防止や救済にほとんど役に立たないのではという点が指摘されている。

2 このような限定的な規定の在り方の問題点は、消費者契約法のこれまでの改正の経緯でも既に指摘されており、「消費者契約に関する検討会報告書」（令和3年9月）においては、こうした問題点を解決するため、各号に列挙された不当勧誘類型の受け皿となる脱法防止規定や、「判断力の著しく低下した消費者が、自らの生活に著しい支障を及ぼすような内容の契約を締結した場合における取消権」というより包括的な規定を定めることなどが提案されていた。

しかしながら、令和4年5月の消費者契約法改正では、これらの提案は実現されず、代わりに附帯決議において「諸外国における法整備の動向を踏まえ、消費者契約法が消費者契約全般に適用される包括的な民事ルールであることの意義や同法の消費者法令における役割を多角的な見地から整理し直した上で、判断力の低下等の個々の消費者の多様な事情に応じて消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができる制度の創設、損害

賠償請求の導入、契約締結時以外への適用場面の拡大等既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討を開始すること」が求められた。そして、「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」で、いわゆる骨太の議論として、消費者契約法の在り方を巡る抜本的な検討がスタートされている。

3 靈感商法への対応についても、このような消費者契約法のこれまでの改正の議論の経緯を踏まえ、今般の法改正に先立つ「靈感商法等の悪質商法への対策検討会報告書」（令和4年10月）において、「いわゆるつけ込み型の不当勧誘に対する取消権については、これまでも包括的な救済条項として消費者契約法の取消権の対象とすることが必要であるとの指摘がなされているところ、マインドコントロール下にあつて合理的な判断ができない状況が問題となる靈感商法等に対応できるものとして法制化に向けた検討を早急に行うべきである。」として包括的な取消権の必要性が指摘されていたところである。

4 以上のとおり、消費者契約法の本来の趣旨からも、また実際の被害に対応可能とする観点からも、靈感商法についての特定の勧誘類型の要件を定めて規定するという今般の改正は、極めて不十分なものである。

真に実効的な対策を取るのであれば、消費者契約法全体において、靈感商法を含めた多様な悪質商法に対応可能とするため、不当な勧誘手法を包括的に対象とすることのできる規定が設けられるべきである。

## 第2 灵感等による告知を用いた勧誘に関する取消権の改正について

1 今般の改正法は、第4条3項6号の灵感等による告知を用いた勧誘に対する取消権の要件を変更している。変更した要件は、現行法を拡張している部分もあるが限定的であり、特に「必要不可欠」要件は、文言上、現行法の適用範囲をむしろ狭めており、この改正法で灵感商法の予防と救済が実現できるとは到底いえない。

2 今般の改正法は、不安をあおる対象を、「自己又は親族の生命、身体、財産その他の重要な事項」と例示列挙している。親族の生命等を加え、例示によりわかりやすくなったが、「その他の重要な事項」が広く解釈される必要がある。例示されている事項に準じるとすると、灵感商法の勧誘で多く用いられる「過去の因縁がある」、「祖先が苦しんでいる」などの勧誘が含まれない

からである。

- 3 加えて、今般の改正法では、「不安を抱いていることに乗じて」との要件を加え、つけ込み型勧誘を部分的に採用している。しかしながら、靈感商法は不安に乗じる場合だけでなく、期待を持っていることに乗じたり、高齢等で判断力が劣っていることに乗じたり、マインドコントロールによって正常な判断ができない状態にあることに乗じる場合も多い。

これらの、つけ込み型勧誘の予防と救済を図らなければ靈感商法の対策とはならない。そのためには、受け皿規定となる包括的なつけ込み型勧誘に対する取消権が必要である。

また、「乗じる」勧誘、すなわちつけ込み型勧誘は、超高齢社会のもとでは第4条3項6号の靈感商法の規定だけに導入するような事項ではない。

- 4 さらに、「必要不可欠である旨を告げる」との要件が定められたが、極めて限定的な要件となっており問題が大きい。この要件は、適用にあたって最も実効性を妨げる要件となると思われる。現行法でも「確実に」「回避することができる旨を告げる」との要件が、同号の活用を妨げてきたと考えられる。改正法で示された「必要不可欠」の告知は、文言上、不利益回避のためには他の契約では代替できず、当該契約だけがいわば唯一無二で必要であることを告げる必要がある。これは、他の方法もあるが当該契約が「確実に回避することができる」とする、現行法の要件をさらに狭めている。

不可欠要件がある限り、適用できる場面がほとんどなくなり、他で要件を緩和したことが無駄に帰すことになる。

- 5 以上のとおり、靈感商法に関して今般の第4条3項6号の改正は、予防と救済につながらないと考えられる。

靈感商法の予防と救済のためにも、超高齢社会における脆弱な消費者の被害予防と救済のためにも包括的なつけ込み型勧誘に対する取消権が必要である。

### 第3 取消権の行使期間について

- 1 本改正は、消費者契約の取消権の行使期間のうち、法第4条3項6号にかかる期間のみを延長している。しかし、靈感商法を含む消費者被害は、同号によるものばかりではなく、法4条に規定された各不当勧誘の類型によっても生じ得るものである。

一例を挙げると、靈感商法では、消費者が、住居から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から退去せずに契約を迫るケースや（法4条3項1号）、消費者が靈感商法の勧誘が行われている事業所等から退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させずに契約を迫るケース（同項2号）、消費者が過大な不安を抱いていることを知りながら、その不安をあおり契約を迫るケース（同項3号）、消費者が、恋愛感情その他の好意の感情を利用して、契約を迫るケース（同項4号）等が想定される場所である。これらの靈感商法について、行使期間を短く限定する理由はない。

2 こうした法4条の取消権については、従来から、その行使期間が短すぎるという問題点が指摘されていた。相談現場では、被害者が様々な事情（例えば、軽度の認知症等）により被害に気付かず期間が経過してしまうケースや、家族や消費生活相談センターに相談ができた場合でも、相談した時点では既に取消権の行使期間を過ぎていたという事例が実際に多く存在する。取消権の行使期間は、このような実情に沿って定められるべきであり、法第4条1項ないし4項のすべての取消権について行使期間を延ばすべきである。

3 そもそも、改正法第4条3項6号は、同項3号の不安をあおる告知の派生類型として設けられた条文である。

すなわち、平成30年改正において、政府が提出した法案は当初、①不安をあおる告知（法第4条3項3号）、②人間関係の不当な利用（同4号）、③契約締結前に債務の内容を実施等（同7号、8号）の4類型であった。それが第196回通常国会の衆議院の消費者問題に関する特別委員会において議員修正により、靈感商法に対応する規定（現行法4条3項6号）が新たに設けられることになり、政府提案に加えられたという経緯がある。

つまり、現行法4条3項6号の靈感商法の規程は、もとを辿れば現行4条3項3号の不安をあおる告知の派生類型である。

したがって、派生類型のみの行使期間を延長するという改正は、理論上も説明が困難である。

4 以上より、法第4条1項ないし4項のすべての取消権につき行使期間を延長し、消費者契約全般について「短期3年、長期10年」に延長すべきである。

#### 第4 終わりに

以上に述べたとおり、今般の消費者契約法の改正は、旧統一協会による被害などの霊感商法による被害の救済の実効化という目的を達成するには甚だ不十分なものである。

むしろ、特定の勧誘類型のみが適用対象とされる限定的な規定を設けるといふ手法では、霊感商法による被害のような救済の必要性が明らかな事案でさえも、ほとんど実効的に救済することが困難であるという限界を浮き彫りにした。

近年の消費者契約法の改正の経緯において重ねて指摘されてきたとおり、霊感商法を含めた消費者被害の真に実効的な救済のために、今回の改正でとどまることなく、早急に検討を開始し、不当な勧誘手法を包括的に対象とすることができる規定の実現が図られなければならない。

以 上