

# 消費者契約法

## 消費者契約法とは

消費者と事業者の間には情報の質や量、交渉力に大きな格差があることから設けられた、消費者保護のための民事ルールです。

○消費者：個人（事業のために契約の当事者となる場合を除く）

○事業者：法人その他の団体

事業のために契約の当事者となる場合における個人消費者と事業者間の契約に適用されますが、労働契約を除きます。

## 消費者契約の取り消し

事業者が次の1～13を行って勧誘し、契約に至った場合、消費者は契約を取り消すことができます。

1. **不実告知** 説明された重要な点が、実際と大きく違っている
2. **断定的判断の提供** 将来不確実な変動のある事柄について、確実であるかのように誤解させる（例：絶対値上がりする）
3. **不利益事実の不告知** 利点ばかり説明し不利益なことをわざと言わない
4. **不退去** 事業者に「帰ってほしい」と言ったのに帰らない
5. **退去妨害** 勧誘場所から「帰りたい」と言っても帰さない
6. **過量契約** 消費者にとって通常の分量等を著しく超えるとわかっていて勧誘する
7. **不安をあおる告知** 消費者が、社会生活上の経験が乏しく願望の実現に過大な不安を抱いていることを知りながら、不安をあおる勧誘をする（例：悪質セミナー商法）
8. **好意の感情の不当な利用** 消費者が、社会生活上の経験が乏しいことから勧誘者に好意の感情を抱き、かつ勧誘者も同様の感情を抱いていると誤信していることを知りながら、契約しなければ関係が破たんすると告げるような勧誘をする（例：デート商法）
9. **判断力低下の不当な利用** 加齢や心身の故障により判断力が著しく低下している消費者に対し、現在の生活の維持に過大な不安を抱いていることを知りながら、不安をあおる勧誘をする

10. **退去困難な場所への同行** 勧誘する目的であることを告げずに退去困難な場所へ連れて行き勧誘する
11. **威迫する言動を交えて相談の連絡を妨害** 勧誘を受けた消費者が第三者に相談したいと告げたのに、威迫する言動を交えて連絡させず勧誘する
12. **靈感等による知見を用いた告知** 灵感等の特別な能力により、消費者にそのままでは重大な不利益が生ずることを示して不安をあおり契約が必要だと勧誘をする（例：灵感商法）（P4 参照）
13. **契約前の段階で強引に代金を請求されるなど**
  - ・契約締結前に、義務の全部または一部を実施し、元に戻すことを困難にする（例：契約前に、物干しざおを自宅の物干し台に合わせて勝手に切る）
  - ・契約締結前に、契約締結をめざした事業活動を行い、これにより生じた損失を請求する旨などを告げる勧誘をする

※追認できるときから1年(灵感等による場合は3年)取り消しできます。

「追認ができるとき」とは、消費者が誤認をしたことに気付いたときや困惑を脱したとき等、取り消しの原因となっていた状況が消滅したときです。なお、契約を締結した日から5年(灵感等による場合は10年)が過ぎると、時効により取り消しできなくなります。

## 契約条項の無効

1. 事業者が「損害賠償はできません」とあらかじめ決めていても、その条項が無効になる場合があります。
2. 消費者の解除権について放棄させたり、その有無を決定する権限を事業者側に付与する条項が無効になる場合があります。
3. 成年後見制度を利用すると、契約が解除されてしまう条項は無効です。
4. 消費者に対して損害賠償や違約金の額をあらかじめ決めていても、ある一定額を超えると無効になる場合があります。
5. 消費者の利益を一方向的に害する条項は無効になります。

※1～5の無効は、適格消費者団体による裁判などで争われるケースがあり、その結果は消費者庁公式サイト「消費者契約法第39条に基づく公表」で紹介されています。