第 3 章 消費者契約について

チャレンジ（解答付き）

（1）消費者契約法における「誤認」と「困惑」の違いは何か、具体例を挙げて説明しなさい。

【解答】

消費者契約法では、契約の取消しが認められる類型として「誤認」と「困惑」がある。

誤認とは、事業者の不当な説明や表示によって、消費者が事実と異なる認識を持ち、その誤った認識に基づいて契約を締結する場合を指す。たとえば、事業者が「この商品には医療効果がある」と虚偽の説明を行い、消費者がそれを信じて購入した場合が該当する。誤認は、情報の虚偽による判断ミスが原因であり、消費者契約法 4 条 1 項および 2 項に基づき取消しが可能となる。

一方、困惑とは、事業者の威迫や退去妨害などによって、消費者の自由な意思決定が妨げられ、やむなく契約を締結する場合を指す。たとえば、訪問販売で事業者が「契約するまで帰れない」と強引に居座り、消費者が心理的圧力により契約した場合が該当する。困惑は、心理的圧力による自由意思の欠如が原因であり、同法 4 条 3 項に基づき取消しが認められる。

（2）特定商取引に関する法律（特商法）において、規制対象となっている取引類型とその規制の概要は何か、まとめなさい。

【解答】

特商法は、消費者被害が生じやすい取引類型を対象に、事業者の行為を規制している。規制対象は、①訪問販売、②通信販売、③電話勧誘販売、④連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法）、⑤特定継続的役務提供（エステ、語学教室など）、⑥業務提供誘引販売取引（内職商法など）、⑦訪問購入（貴金属などの買い取り）である。

これらの取引に対しては、事業者に対する事前告知義務（事業者名や勧誘目的の明示）、不当勧誘行為の禁止（虚偽説明、威迫、退去妨害など）、契約書面交付義務、そしてクーリングオフ制度が設けられている。クーリングオフは、訪問販売や電話勧誘販売などでは契約後 8 日以内、連鎖販売や特定継続的役務提供では 20 日以内に行使することができる。

（3）消費者契約法と特商法における過量契約・過量販売の規制の違いを簡潔に説明しなさい。

【解答】

消費者契約法４条４項は、過量契約について取消し制度を設けている。取消しの要件は、①契約の分量が通常必要な量を著しく超えていること（客観的要件）、②事業者がその過量性を認識していたこと（主観的要件）、③その勧誘によって消費者が申込みまたは承諾の意思表示をしたこと（因果関係）である。この取消権は、取引類型を問わず広く適用される点に特徴があり、追認できる時から一年間行使可能である。

一方、特商法では、訪問販売と電話勧誘販売に限定して過量販売解除制度を設けている（特商法９条の２、同 24 条の２）。契約から１年間、申込みの撤回または契約の解除が可能であり、その要件は、①取引類型が訪問販売または電話勧誘販売であること、②契約内容が通常必要量を著しく超えていること（客観的要件）、③事業者が過量性を認識していたこと（主観的要件）、④過量であることについて正当な理由がないことである。

両者の違いは、消費者契約法が取引類型を問わず広く適用される取消し制度であるのに対し、特商法は訪問販売と電話勧誘販売に限定し、解除を認める制度である点にある。

サイトリンク集

〔関連法令〕

● 消費者契約法

→ https://laws.e-gov.go.jp/law/412AC0000000061

● 特定商取引に関する法律

→ https://laws.e-gov.go.jp/law/351AC0000000057