

契約のイロハと様々な消費者被害事件について

猪狩 学弁護士

はじめに

今日の話の目標として、悪質業者にだまされて経済的に損をしたり、時間や労力のロスをしたりすることが少しでも避けられればいいということがひとつ。それだけではなくて、タイトルにもありますけれど、そもそも契約とは何かという法律的な知識、素養、こういうふうに考えていくことが基本的であるという学問的、理論的なところも若干でいいですので理解していただければ、僕としては非常にうれしいです。1番は、皆さんがだまされてしまう確率を少しでも下げることが目標に話していきたいと思います。

契約とはなんだろう？

契約という言葉 皆さんは知っていると思いますが、一言で言うと約束です。法的に言うと義務です、何々しなければならぬ。しなければならぬということは、反対側はしてもらえろということです。難しく言うと権利義務の変動。権利、義務が発生したり、内容が変わったり、消滅したりすることです。たとえば、ホンダに行ってフリードを買ったとしますと、買主の皆さんには、フリード1台を手に入れるという権利が発生します。その裏返しとして、ホンダには代金の支払をしてもらえろという権利が発生します。これは、皆さんからすれば、お金を払わなければいけないという義務が発生するということです。途中で、フリードではなくステップワゴンにしたいとなると、変更が生じるということですね。フリードを引き渡してもらえろ権利が、ステップワゴンを引き渡してもらえろ権利に変わります。払わなければいけない金額も変わってきます。消滅はそれがなくなります。ホンダからすれば、引き渡す義務が消えます。あなた方からすれば、引き渡してもらえろ権利が消えます。代金も同じです。最終的な権利義務の変動です。これは皆さんが普通にやっていることです。

一般市民のことを法律では私人と言いますが、私人の権利義務をまとめた法律の、一番根本になっている民法の中に典型契約というものがあります。売買は典型契約のひとつです。賃貸借や請負契約、委任契約、全部は挙げませんが13種類挙げられています。それ以外の契約ももちろんあります。それを非典型契約と言います。法律上の効果に違いはあるのかというと全くないです。同じように権利義務の変動が発生します。民法に規定されていない契約だから、少し権利が弱いのではないとか、義務が軽くなるのではないとか、そういうことは全くありません。

契約の成立

契約を成立と効力、そして終了という3つのステージで追って行こうと思います。

まず成立の問題です。約束をする瞬間に、目には見えないけれども権利義務が発生します。売買では、買主に、契約が成立した途端にそのものを渡さなければいけない義務が発生します。その対価として代金を払ってもらふ権利が発生します。裏返しとして、買う方には代金を支払う義務が発生し、ものを引き渡してもらふ権利が発生します。

その際に、問題になることが3つほどあり、皆さんにも直接関係すると思うのですが、未成年ということです。公職選挙法上では18歳が成人になりますが、民法ではまだ、未成年は20歳未満です。20歳になった瞬間に成人になります。契約を行うことができる能力からいうと、民法的な扱いとしては、皆さんはまだ完全な能力は持っていないというイメージです。たとえば、19歳の方が車を買う、ホンダが売るということをしたとしましょう。契約は成立します。未成年でも成立はします。成立して、ホンダには車を引き渡さなければならない義務と、代金を皆さんから受け取る権利が発生します。皆さんには代金を払う義務と車を受け取る権利が発生します。けれども、完全ではないと言った意味は、代表的なところで取消権というものがあるのです。未成年は、やはり熟慮が足りません。もちろん成人と同等あるいはそれ以上の判断能力を持った人がいるのだろうけれども、年齢は能力を示す一番わかりやすい指標になっていますから、16歳や17歳、19歳の人は判断能力が欠けているのではないかということで、法律が保護しようとしているのです。保護とは、取消権です。要するに、19歳のA君が車の売買をしました。契約が成立したので権利義務が発生していますが、なかったことにしてくださいと言えるということです。これを未成年取消と言います。皆さんはそれでいいですよ。間違えて買ってしまった、お金の目途もないのに買ってしまった、友達に誘われてつい買ってしまった、ということをやったことにして、代金を払う義務を免れることができますから。ただ、ホンダから見たらどうでしょうか。非常に困るでしょう。1台売れたと思って、用意をしておいて、車を引き渡さなければいけないから、1台入荷するわけです。それを、取り消しますと言われたら、代金は受け取れません。入荷した車はどうしたらいいのでしょうか。大変な損害が出てしまいますし、営業にかけた時間が全部ロスになってしまいます。未成年が相手の場合は、このような不確定な要素が出てきてしまうのです。そうなるので、皆さんから取り消すことがないようなかたちは何かというと、親御さんです。法定代理人と法律上は位置付けられていますけれども、普通は親権者が皆さんの代わりに法律行為をすることができます。親御さんがした契約は普通の契約ですから、取消権は適用になりませんので、ひっくり返されることはありません。だから、大きめの契約のときには皆さんの親の判子が必要になってくるということです。

認知症の高齢者も、だまされやすいので、完全な能力を持っていないという扱いをしています。法人、会社がありますよね。株式会社でも、有限会社でもいいです。これは、法律上、人と同じ扱いをします。ホンダが売りましたというときには、支配人や営業の人が売

ったのではなくて、会社自体が売ったということになります。だから、当事者は会社になります。取消権を使う相手方は会社になります。人は生まれながらにして、権利義務の入れ物になっているけれども、法人というのは法律上、技術的につくった権利義務の入れ物だということを、一つの基本的な概念として覚えてもらえればいいかなと思います。

さて、契約の成立の場面で問題になるとき、皆さんくらいの年齢の方で、相手にだまされて、どうしたらいいですかという法律相談が非常に多いです。裁判には実際にならなかった、あるいは泣き寝入りしてしまったということを含めるとすごい数になっています。その中で、書面になっていないから良いのではないですかとよく質問されます。これは法的には誤りです。契約の成立に書面は必要ないのです。現実には口約束でも契約は成立してしまいます。だから、極端なことを言えば、「1億円の土地を持っています。これを3億円で買いませんか。」「いいよ。買いますよ。」と立ち話みたいに言ったとしても、理屈でいえば成立しています。その瞬間に権利義務がお互いに発生します。買主には3億円の支払い義務が発生しますし、売主にはもらえる権利が発生します。そして法的な拘束力が発生するわけです。では、なぜ書面にするかという点、後に、そんな約束をしていないと揉めたとき、1億円の土地を3億円で買うなんて言うはずないと覆されたときに、誰々の土地を3億円で買いますという内容に、サインをしてハンコを押した書面、契約書があれば、その土地を3億円で買う意思があったという証拠になるからです。今、技術的にはボイスレコーダーや動画がありますけれども、こういったものでも全然かまいません。証明できれば、それが証拠になってきます。たとえば、メールのやり取りで、売ります、買いますというような話をしてしまう、あるいは、サイト上でそういったやり取りをしてしまう、そうすると証拠として当然残りますよね。データとしてあるわけだから、後に揉めて裁判になったとき、このやり取りが出てくれば、いくら契約書がなくても義務が発生します。ここは注意してもらいたいです。

もうひとつは、約款による成立も気を付けるべきところかと思えます。車を運転する人は保険に当然入っていると思いますので、細かく書いてある書面にサインしたことがあると思います。あれは約款と言います。たとえば、保険の契約をします。ほとんど見ないでサインをしてしまうのだらうけれども、裏側に、ものすごく細かい字で第1条、第2条というように書いてあると思うのです。見ないことを前提にしながらも、その内容で契約が成立することになってしまいます。保険契約が典型ですが、自動車の任意保険に入って、その契約内容は約款どおり成立しています。けれども、消費者は、ほとんどの人が把握していない。それで、事故を起こして問題になった時、やっと約款の内容をよく見て、こういうことになっていたのだと知ります。約款で成立する契約は、日常生活を送っていく、あるいは、社会人になって仕事をしていく中で、たくさん出てくるのですけれども、成立していることを知っていた方が良いと思います。後から、僕は見ていなかったから、この内容では困りますということは原則として通じないと思ってください。だからといって、すべての約款を隅から隅まで見て、検討して、内容を把握していると時間も労力も追いつかず、

現実問題としては難しいけれども、それはそれで仕様がなくなっています。どうやって一般の人たちを保護しているのかというと、保険契約みたいなものであれば、約款の内容をある程度、法律上整理する、制約する方法で保護しています。

契約の効力

次に2つめの中身の話です。合意は守らなければならないと思ってください。これは書面になっている、なっていないにかかわらず。とにかく、いわゆる契約になってしまえば、権利義務は発生します。車を買おうと思って100万円あると思ったら実際はなかったとか、稼げると思っていたけれどもアルバイトをしている時間がなくなってしまったというようなことがあったときに、簡単に発生している義務を免れられるかということ、免れられないのが原則です。自己決定に基づく自己責任が民法の中の大原則です。自分でやったことは自分で責任を取らなければいけない、契約をした以上は、その契約の効力を守らなければいけないということです。未成年の場合は、取消権や、今から説明する消費者保護があるけれども、それに寄りかかることは結論として良くないと思います。非常に危ない考え方です。まだ成人していない方が多いと思うけれども、成人すればステージとしては完全な能力を持っていることになるので、自己決定に基づく自己責任が大原則になると思ってください。先走った話をすれば、詐欺商法にひっかかってしまったとしても、基本的には自己責任だと思ってください。消費者保護法や民法で保護を受けられれば、むしろそれは幸運だったというくらいの気持ちでなければいけないと思います。このくらいの心持で対応していかなければ、自分の身を守ることはできないとの認識が必要だと思います。

契約の終了

契約はいつ終わるのですかということですがけれども、車の例でいえば、車を引き渡して代金を受け取る、これで終了です。何の拘束力もなくなるということです。

一方当事者の都合のみで契約の効力を消すことができるのかと書きましたが、片方の都合だけでなかったことにしてください言うことは基本的にはできません。そのくらい契約は重いものです。それでは、守らなかったらどうなるのでしょうか。一言でいえば裁判になります。たとえば、100万円で皆さんの誰かが車を買って、実際に乗っています。しかし、100万円を払えなくなってしまいました。当然、売買契約の効力として、100万円の支払い義務があります。けれども、買主が払えないから払わないよと突っ張っている場合、売った人は、お金を払ってくれないからといって、その人の財布から強引にお金を抜いたり、銀行の預金を勝手におろしたりすることはできないのです。自力救済の禁止と言いますけれども、いくら民事上の権利があっても、自分で執行してしまうことはできないということになっています。ホンダが、100万円を支払ってもらえる権利があるから、誰々さんの口座から勝手に100万円を出すことはできません。それは窃盗になってしまいます。だから、車を売った人たちが、裁判所に、誰々さんに対して100万円を支払えと言う判

決を求めて、裁判を起こすこととなります。つい契約をしてしまい、義務が発生している状態で義務が果たせないとか、皆さんとしてはだまされたのだけれども、売った方から、だまされようがなんだろうが契約は契約だ、皆さんに義務があるということになれば裁判を起こされてしまうわけです。そういった厳しい状況に陥ってしまうこととなります。これもよく勘違いしていて、良くないなと思うところですけど、たとえば、AさんがBさんにお金を10万円貸しました。Bさんは返していません。Aさんが何らかの理由で亡くなってしまいました。どうしましょう。Bさんはラッキーなのでしょうか。死んでしまったのだから返さなくてもいいのではと思うかもしれないけれども、これも典型的な誤りで、義務は消えないです。人を、法人と分けて自然人という言い方を法律上しますけれど、自然人が死んでしまった時に、その人がそのとき持っていた権利義務はどうなるのかというと、相続で丸々受け継がれます、権利も義務も。人というのは日常生活をしていれば、権利義務をいっぱい背負っています。銀行にお金を預けているのも権利を背負っていることとなります。住宅ローンを背負っていれば義務を背負っています。車をローンで買えば、義務を背負っていることになるし、アパートを借りていればアパートの部屋を使う権利を背負っています。そういういろいろな権利義務を背負っていますが、亡くなった瞬間に、相続人、普通はお子さんとか親とか、そういう身内になるのだけれども、そういった人たちに受け継がれていきます。だから、10万円を借りて、貸した人が死んでしまったとしても、返す方からしたら、返さなければいけない人が変わるだけで、義務自体は消えません。このことも知っておいてください。

小まとめ

ここまでをまとめると、ひとつの大原則として、自己決定に基づく自己責任というイメージは持ってほしいということです。未成年の場合は取消権というような保護を受けられる可能性もあるけれども、基本的には遅かれ早かれ成人していくわけですから、一般社会に入っていく中で、自己決定に基づく自己責任が大原則であり、自分がしてしまったことは自分で責任を取らなければいけません。してしまったこととは、契約です。契約をしてしまった以上は、それが、よろしくないものであったり、社会正義からみればどうなのと思うようなものであったりしたとしても、基本的には、契約をした責任、発生した義務は守らなければいけないという意識でいてください。そのくらい契約をすることは重いものです。面と向かって、こういうものを買いませんか、こういうサービスを受けませんか、と言われて、どうしようかなと思って返事をするのはひとつの手続きとして重さがあるけれども、スマートフォンやパソコンは、その辺は軽いので、切迫した危機感はないのかもしれませんが、効力はまったく一緒です。ぼちっとクリックするだけのものだったとしても、十分に考えて返事をする。買いますと言わなくても全く同じ効力になってしまいますので、自分の行為を振り返って見てみる必要があるかと思います。

とはいえ、個別具体的な事案では、正義にもとる、社会正義から見てこれはどうなのと思

う結果が、やはり生じてしまいます。たとえば、一人暮らしで、完全な認知症でなくても、適当なことを言えば、「そうですか、買いましょう。」と簡単に言ってしまいそうな人に、まったく使うことが考えられないような高額の高性能なパソコンを、その場の何倍もの値段で売る。これは、原則からすると、契約は契約です。厳しい言い方をすれば、この老人には大金を支払う義務が発生することになってしまいます。だから、こういったものに、行政としては、悪質商法に気を付けましょうという予防的な活動がもちろんあります。我々弁護士立場としては、法律上の正義として、こういった正義にもとる結果を防ごう、あるいは、防ぐことはできないにしても、手当てをしていこうと考えています。法律も様々な手当てをします。そのひとつが、いわゆる消費者法という括りということです。

消費者法

消費者という言葉はわかりますよね。業者に対応する言葉と考えていいかもしれません。法律で事業者という言葉があるけれども、プロの人たち、生業、商売にしている人たちと、その人たちから買ったり、サービスを受けたりする、消費者という人たちの括りをひとつつくっています。消費者法にもう少し言葉を足せば、消費者を保護するための法律。消費者に何か義務を課す方向性ではなくて、消費者を助けてあげましょうという方向性です。事業者には少し重い枷をかけることになります。普通の契約の中で、契約法理の中では必要がない事柄にも消費者に保護を与えるということは、逆にいえば事業者にハンデを課すということです。客観的な立場からすれば不公平なのです。どうして消費者だけ保護するのかと言われれば、正義にもとるからですが、わざわざ不公平にしているわけです。よい不公平を作っていこうということが消費者法のイメージと言っても言い過ぎではないと思います。では、消費者を守るための法はどういうものがあるかということ、消費者三法と言われるものがあります。消費者三法という法律はないのだけれども、軸になっている三つの法律なので消費者三法という言い方をします。消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法です。

消費者契約法とは、消費者三法の中でもさらに基盤になっている法律です。事業者と消費者の間の契約について、消費者を保護するためにこういう取り決めをしますということが書いてあります。事業者からすれば普通の契約で義務ではないことを義務として課しますということが書いてあります。たとえば、ものを売る時には、売るものについてしっかり説明しなければいけません。セールストークはわかりますか。要は、自分がものを売りたいから、多少、自分が売るものを褒めることは当然あり得ることなのだけれども、やりすぎはいけません。あなたには消費者保護法によってこういう権利がありますということを書面で渡さなければいけません。営業をしていて、売買、契約に関する話をする中で、相手から「このような契約はしたくないです。」という言葉があったら、しつこく契約交渉してはいけません。普通の契約法理の中ではないようなものを挙げています。それが消費者契約法です。

特定商取引法は、訪問販売とか通信販売とか、電話勧誘による商売とか、買いたい人がお店に行って、こういうものを買いたいというようなものではなくて、特殊な形態に関して特別な枠をはめています。特定とはそういう意味です。特定の対応による商取引、商売上の取引、売買だったり、サービスの提供だったりということですね。典型は訪問販売。なぜかという、訪問販売は、詐欺的な商法の温床になってしまっているのです。訪問販売はいきなり来ます。そして、売ろうとする方が消費者を選べます。判断能力に多少問題があるような方を狙って行きやすいということ。認知症の老人、一人暮らしの老人とか、皆さんのような未成年に近い年齢の、まだ社会に揉まれていなくて、言葉は悪いですが、だましやすような人たちを狙って選べます。そのため、特別な枠をはめています。

割賦販売法、割賦はローンのことです。たとえば、100万円支払わなければいけない義務を、ひと月10万円で10回に分けて払いますということ割賦と言います。なかなか使わない言葉ですが、ローンに関する法律です。ローンというの、だまし、だまされという世界では典型的によく使われるものです。たとえば、皆さんからすれば高すぎると思っているものでも、説明を受けて買おうかなと思うようなもの。絵を買わせる場合、「100万円します。」と言われ、「100万円なんか持っていません。」と答えます。確かに、財布に100万円入っている人は普通いないですよ。銀行にもなかなか入っていません。けれども、そういったときに「持ってなくてもいいです。ローンを組んでください。1か月2万円でいいから払ってください。」と使われます。1か月に2万円なら何とかかなと思ってしまうということです。だから、ローンを使った商売も詐欺的な商売の温床になってしまっているの、消費者を守るための特別な決まりを作りましょうというのが割賦販売法です。

これが消費者三法と言われるものです。理念としては難しい言葉づかいになっているけれども、要するに、自己決定に基づく自己責任は、当然の前提があるわけ。その前提とは、契約の当事者、事業者と消費者、買う方と売る方、サービスを提供する方と受ける方の対等な能力、情報保有です。この車を売りましょう、買いましょうというときに、この車は相場として、本当に200万円の価値があるのかないのか、この性能からすればその金額が妥当なのかどうかというようなところは、売る方も買う方も同じ判断能力を持っている、同じ基礎になる情報を持っていることが暗黙の前提なのです。けれども、実際にはそうはいかないです。訪問販売のように、いきなり乗り込んできたときは、なかなかそうはいかないですよ。明らかにだましてやれというような事業者と、そういった能力、経験に欠けている人たちとの間の中では、前提は欠けています。さきほど、わざと不公平を作って、よい不公平を作る、それが消費者法ですという話をしましたけれど、よい不公平とは、こういうところから理論付けになっています。

さて、例えばということで、もう少し掘り下げていこうと思います。事業者、いわゆるプロの人たちと、一般消費者、一般市民との間での売買、サービスの提供には消費者契約法が基本的には適用されます。消費者からすれば、普通の契約にはない権利を持っていて、

事業者からすれば、不要な義務を課せられます。

その中のひとつとして、不実告知。これは何かというと、事実と反することを売買契約などの交渉の中で言うてはいけませんということです。セールストークと先ほど言いましたけれども、多少オーバーに言うことは普通の契約の中ではあるわけです。たとえば、電気屋さんに行って、電子レンジを買おうとします。売り場の人、「これは高いけれども1台あれば生活が変わります。家族の仲も良くなっていきます。子供からお母さん毎日ありがとうございます。」と言ったとして、電子レンジ1台で家族がうまくいくことはなかなか無いことなので、ある意味では不実告知かもしれないでしょう。けれども、これは違法だという感覚の人はあまりいないと思うのです。普通の契約ではない場合は、こういったことすら駄目です。セールストークも制限されています。認知症の老人の家に行って、「この布団、ちょっと高くて50万円するけれど、これで寝れば毎晩ぐっすりだよ。節々の痛みがすぐ治るよ。」というようなことを言った時には不実告知になります。

断定的判断の提供は、「エステでお肌がものすごくきれいになります。1回脱毛すれば50年間はお手入れ不要ですよ。」と断定的にその商品、サービスの効果を謳うことは駄目ということです。

不利益事実の不告知。商品、サービスには当然、メリット、デメリットがあります。その中のデメリットのことを説明しないことです。先ほどのエステでいえば、エステで確かに肌がきれいになるかもしれないけれども、それは毎日、1日2回、半年間通い続けなければならないというデメリットをきちんと説明しない。そのようなことはわかっていなかったということが無いようにしなければいけません。

不退去。不退去とは訪問販売のときに、「いらない。」と言っているのに、いつまでも座り込んで、「買ってくれなければ帰りません。」というようなことを言うことです。

やってはいけませんと言っていることを、やったときにはどうなるかということ、取り消しができます。たとえば、断定的判断の提供があったとしましょうか。効果を多少オーバーに、断定的に、こういう効果がありますよと言われて買ってしまいました。普通の契約だと、自己責任の問題として判断を誤ただけで仕様がないうということだけでも、消費者契約法によって断定的判断の提供があった場合には取り消しができます。買った方が、効果が得られると言われて買ったけれども、効果はなかったことが証明できれば取り消しができるということです。普通の契約だとできないことが原則です。こういった違いが出てきます。

クーリングオフは、我々の実務的な感覚から言うと中核です。この制度が、消費者を守る最大の武器であるし、場合によっては、これが使えないと非常に手古摺ります。このクーリングオフは、ぜひ覚えておいてもらいたいです。クーリングオフとは、一言で言えば取り消しに近いです。原則から言えば、契約が成立した場合に、片方の意思だけで終わらせることはできません、解除はできませんと言いました。クーリングオフ制度は、それができます。「買います。お金を払います。」と言ったけれども、「なかったことにしてください。」

と言える制度です。たとえば、絵を買いましたが、手元にお金がないから、毎月2万円の何十回払いのローンを組んでしまいましたといった、ローンも売買も両方消せます。クーリングオフ制度で一番ネックになってくるのは日数です。8日間という制約があります。なぜ、1年や2年にしてくれないのかというと、これはバランスの問題です。事業者も商売としてやっているのです、1年も2年も経ってから、消費者法の適用があるからといって簡単に覆されてしまったら、商売が成り立たなくなってしまうですね。そのくらいクーリングオフという効力は絶大なものがあるということです。事業者からすれば致命的なものです。消費者側からすれば非常に大きく効くものです。消費者法の保護がある場合に使えることになるのだけれど、特定商取引法の定義に当てはまるのが基本になります。噛み砕いて言えば、訪問販売、電話勧誘販売、キャッチセールスのとき。そういった特定商取引法の中の特定の対応に当てはまるということが大事になります。通信販売は基本的に訪問販売と同じレベルで保護されません。ここは勘違いしている人が多いので気を付けてください。特定商取引法の中に、通信販売の規定はありますがけれども、保護は消費者側からすると弱いのです。クーリングオフも簡単にはできません。なぜかということ、通信販売は訪問販売みたいに一方的に来られるものではないですね。消費者側が、積極的に商品も業者も選択しているし、選択できるので、そういった意味から法的にあまり保護しないことになっています。相談の中にもよく出てきますけれども、通信販売もサイトを見ていく中で、だまされてしまうことが多いと思うので気を付けてください。このときにセットでよく使われるローンは、割賦販売法でクーリングオフの対象になります。

制約になっている8日間なんてすぐに経ってしまいます。たとえば、契約してしまった後に、もしかしてだまされているかなと思っても、すぐに相談することはできないですね。弁護士や消費生活センターへ相談に行くまでに、なかなか腰が上がらないものです。悩んでいるうちに、2、3日経ってしまうでしょう。そして、相談に行って、すぐに対応できればいいけれども、弁護士に頼むとしても、弁護士だとお金がかかってしまいますよとか、弁護士ではないところに行ったとしても、クーリングオフできるかどうかわからないからもう少し調べてみますねとか言われて日数が経ってしまったということもあるので8日間は非常に短いです。もしかしてだまされているのではないかと思ったら、すぐに相談することが大事です。では、8日間はいつから始まるのかということ、事業者が、訪問販売して布団を売ると同時に、クーリングオフができるから、8日間であれば、言ってくればなかったことにしますという書面を渡さなければいけないことになっています。これを法定書面と言います。法定書面をしっかり渡していなければ、8日間は起算されません。キャッチセールスに遭って、だまされてしまった、半年経っているのだけれどもどうしましょうかというとき、普通は、クーリングオフは使えないのだけれども、法定書面を渡されていないならば8日間は始まらないので、クーリングオフできることもあり得ます。だから、あきらめないことも大事です。

クーリングオフが一番大きな枠組みだけれども、過量販売解除もあります。過量は、量が

多すぎるということですが、たとえば、訪問販売で「化粧品が非常に安いです。この値段にできるのは今だけなので一生分買っておいってください。」とか、「ひとつで3か月持つけれど50個買ってください。そうすればものすごく安くできます。」と言われ、得だなと思って買ってしまったけれども、よく考えたらこんなことをしなければよかったというように、日常生活からいえば多すぎる量を販売された場合、クーリングオフ以外に量が適正ではなかったと解除することができる法律上の手当てです。ただ、要件が多少厳しいので、クーリングオフのようなものはあまり無いのかなと思います。

消費者保護法令の限界

どんどん保護していけばいいと思うには思うところです。8日間ではなく半年にしたらいいいのではないかとか、訪問販売に取消権をつければいいのではないかとか。しかし、ろくな事業者は無いということやってよいのでしょうか。最後は、経済社会全体のバランスの問題です。訪問販売は本当にいけないものなのでしょうか。買い物難民の問題があり、消費者側に移動してきてくれる販売形態は、もしかしたら消費者にとってプラスかもしれない、社会にとってプラスかもしれないという中で、一概に事業者が活躍できないような法律を作ってしまうといいのかということです。具体的に言えば、クーリングオフを20日にしませんか、50日にしませんかという判断は、法律上の規定の問題になります。法律を決めるのは国会で、国会は国会議員でできていて、国会議員は選挙で選ばれて、最後は、選挙で誰を選ぶかという問題に行き着いてしまいます。政治的問題ということです。たとえば、未成年取消は強い制度ですよね。買い物をしても、サービスを提供されても、未成年というだけで取り消しができるから非常に強いでしょう。けれども、事業者からしたら足枷になってしまうわけです。それが、民法上の成年も18歳にしようとなったときに、消費者側は練らなければならぬ対策が山ほど出てきます。事業者側は減ります。要するに、今まで19歳の人に売る時には、念のために親の判子をもっていたのが、いなくなり、19歳の人からすれば、取消権という大きい武器がなくなるということです。そうすると、保護でいえば、未成年の保護が欠けることになるわけです。少なくなってしまうので、その辺をどうしていくのかという問題になります。公職選挙法は、18歳と法律が変わりましたが、民法上も18歳にすると簡単に行かないのは、そういうところがあるからです。

具体例

具体的な例を挙げていきたいと思います。

消費者事件とは、消費者とだます側の事業者との事件を言うのですが、行政、法令、あるいは実際にそういう業者を訴えていく弁護士たちといたちごっこです。クーリングオフという制度を作りました。するとクーリングオフを避けよう、当てはまらないようにしようと事業者側は工夫するのです。それを、さらに捕まえるために法律を変えると、業者は新

しい工夫をするといった追いかけっこです。つまり、いつまで経っても終わらない追いかけっこを消費者事件はするのです。だます事業者は、普通にお店を構えて商売しましょうという人たちと発想が全然違います。一時儲かればいいのです。だまして、パーっと儲かって、逃げてしまえばいいわけです。裁判を起こされたとしても、全員、いなくなって、法人としても解散したとなれば、責任を取る人がいなくなるのでいいと思っています。そして、また立ち上げるのです。こういうことがあるため、どうしても終わらない追いかけっこを繰り返さなければいけなくなります。その追いかけっこの中で、どちらが早いかというと、完全に事業者が早いです。事業者は、少人数で知識も豊富で、お金を儲けたいという強い動機があります。そうすると、どんどん新しくしていくのです。短期間でいいという発想があり間に合わせでいいため、動きが非常に早いです。制限するための法律を作るためにどれだけの時間がかかるかというと、まず、社会一般の典型的な悪質商法として認知されて、それが国会に挙げられ、国会の中で、これは法律の中で規制しなければいけないとなって、やっと法律になります。そのころには、素早い事業者は、店をたたみ、事業をたたんで、違う悪い商売に入っています。だから、どうしても法律は追いつきません。けれども、我々弁護士や、消費生活センターといった行政は、今ある法律で戦うしかないので。逃げようと手を打ってくる事業者に対して、不備のある法律で戦わなければならない現実問題があり非常に苦労しますが、対応するしかありません。

寝具訪問販売

特徴としては、突然来ます。それが手口です。突然来て、そこで話をつけてしまえば、一人暮らしの老人は子供に相談する暇がありません。催眠商法は、どんどん口説いていきます。「この布団があれば健康になっていきます。」「夜、よく眠れます。」「頭もすっきりしてきます。」というように。また、一人だましやすい人が見つかり、業者間は横のつながりが非常に強いので、あの人はだましやすいという情報がすぐに出回ってしまいます。そうすると、別の業者ではあるけれども実はつながっている人が、「こういう布団もありますよ。」と訪ねてくるという特徴があります。

どう対応していくかというと、訪問販売が多いので、特定商取引法で最大の武器であるクーリングオフ。クーリングオフが使えなければ、取消権。消費者契約法の中での不実告知や断定的判断の提供で取り消します。それも使えないとなれば、過量販売解除で、明らかに不必要な量を買ったから取り消しますと対応します。それでもだめなら、民法上の規定で行くしかありません。民法上でよく使う錯誤と言うものがありますが、錯誤とは勘違いです。しかし、自己責任の原則があるので、民法上の錯誤はなかなか適用されません。たとえば、車の性能に関して錯誤があったと言っても、それだけでなかったことにはできません。民法の適用とは、適用されない前提で戦わなければならないので、特定商取引法や割賦販売法、消費者法の中で戦っていないと、勝つのはちょっと難しいと思います。

恋人商法

人通りの多いところ、繁華街などの街中で声を掛けてきます。そして、別の場所で契約をします。男性がターゲットの場合は、きれいな若い女性が声を掛けてきます。呼び込みみたいな感じではなく、本当に偶然という感じでやって来るらしいです。実際に被害に遭った人に聞いてみると、軟派されているような感覚で偶然を装って誘われたそうです。向こうはプロで、何回もやっているからうまいわけです。被害者は初めての体験です。そうすると、やはりだまされてしまいます。たとえば、喫茶店で、一人でお茶を飲んでいるところに、何かきっかけを作り隣に座る展開に持っていかれて、話を進められる。おとりは、女性ならきれいな人、男性なら男前の人になり、悪い気はしないのです。話くらいならいいかと聞いてしまうわけです。そこから少しずつ商売の話になり、別の場所に移動させられます。別の場所では一味が待ち構えていて、取り囲まれ、「買うと言ったからには契約してもらわなければ困る。」と言われ、契約書にサインをさせられてしまうということです。異性間の感情を利用するので、皆さんの年代が典型的なターゲットになっています。

対策は、未成年取消があります。消費者契約法の適用もあるので取消権も可能性としてはあります。あるいは特商法。キャッチセールスもクーリングオフがあります。問題は、別の場所で契約することです。場所を移動すると、「移動した場所が僕たちのお店で、だまされた人が積極的にお店に来た。」と向こうに言われることがあります。おとりの女性や男性は途中でどこかに行ってしまうので、だます方は、「その女性も男性も知りません。」と言います。要は、お客さんが勝手に僕たちのお店に来て契約したと言い張られてしまうわけです。そうすると、特定商取引法の規定が外されることがあります。こういう事業者の悪知恵、工夫があるので、救いきれるかどうかという問題が出てきますので、特商法や未成年取消制度があるから何とかかなと思わないでください。むしろ何とかならないのが原則です。さらに言うと、未成年取消の適用になったとしても、払ったお金を取り戻すことは至難の業です。だます事業者は、短期間で儲けて、いなくなるのが常態です。だから、未成年取消をして商品を返すのでお金を返してと言えるけれども、言う相手がいなくなってしまっているわけです。言う相手がいたとしても、捕まえられる人は下端で、その下端はお金を持っていませんので、いくら裁判で勝ったとしてもお金の回収はできません。仮に、法律上救われる状態があったとしても、本当にお金の回収や、被害の回収まで行けるかという、非常に大変です。

エステティック被害

最近では男性も被害者がいますけれども、特に女性の被害が典型的です。アンケートや無料サービスから入っていきます。アンケートにこちらが協力してあげて、ちょっとした景品をもらう。ちょっとしたどころか、非常に良いものをくれることが多いです。場合によっては1万、2万円もするようなものをアンケートに答えてくれれば差し上げますという誘い方もあります。あとはサービス。最初の1回のエステは無料ですという話で、無料なら

と入ってしまい、知らない間にサインをしてしまう。サインしているかどうかかわかると思うかもしれませんが、向こうはプロで慣れていて手口がうまいのです。アンケートを書いていたつもりが、実は契約書だったということもあります。判子が無ければ契約書として無効かという、そんなことはないです。サインだけでも契約書になります。とにかくうまく契約まで繋げていくのです。向こうとしては、入口さえ入ってきてしまえば何とでもなるという考えです。

エステは期間が出てきますよね。たとえば2年契約でサービス受け放題でいくらですというようなことが多いのだけれども、短期間で儲けて短期間でいなくなってしまうので、簡単に倒産します。倒産したので申し訳ないけれどサービスを提供できませんということになります。こうなるとどうしようもないです。「あそこはやばいらしい。」と解約しようとしても、契約書をよく見てみると法外な解約料が書いてあり解除ができないことがあります。もちろん法律上の攻め所はありますが、弁護士や行政に相談しなければ手が打ち辛いです。対策としては、特商法や割賦販売法で救っていきます。

業務提供誘引販売

これも多いです。内職商法という言い方もあります。「家で1日2時間くらい簡単な仕事をしてくれれば、時給5、6千円稼げます。」ということでやって来ます。「その仕事をしてもらうためには、この機械を買ってもらわなければ出来ません。」と言い、その機械が10万、20万円するうえ、実際には仕事を回してもらえないというだまされかたをします。モニター商法というものもあって、「この商品のモニターをしてくれれば、1か月あたり2、3万円払います。ただ、商品は1回買ってください。」と言われ、その商品が法外な値段だったりします。

資格商法は、資格自体は嘘ではないとしても、「この資格の勉強のために教材を買いませんか。」と言われます。

紹介販売システム。マルチ商法という言葉は皆さんわかりますか。たとえば、「タイヤを買ってください。4本で3万円だけれども、同じくこのタイヤを3万円で購入してくれる人を1人紹介してくれれば、1万円あげます。5人紹介すれば、3万円買ったとしても5万円入ってくるから2万円儲かるでしょう。」というような商売の仕方です。昔からある形だとマルチ商法と言いますが、紹介販売システムのことです。

これらは、ひとくくりで言うと、うまい話です。簡単に普通以下の労力で普通以上の収益が上げられそうという話です。そういったものは世の中にはないので、警戒心を持ってほしいです。

パチンコ・競馬必勝法

若い人、特に男性が多いです。パチンコや競馬で必ず勝てますという広告や、サイトでアフィリエイトが出ています。競馬はともかく、パチンコは「この台であれば、こういうや

り方をすれば確実に勝てます。」というもので、50万、100万円と払ってしまいます。払い方も巧妙で、最初は10万円を払い、そのやり方とおりになります。当然勝てません。勝てないと文句を言うと「もう30万円出してくれれば、もっといい方法があります。」と言われ、どんどん壺に嵌まり勝てるまで払うという流れで、気がつくともう100万、200万円の被害になっていることもあります。

近年の傾向

いろいろな事例を挙げましたが、こういう事例を知ることが非常に大事です。要は、ピンとくるようにしておかなければいけないということです。もしかしてだまされかけているのかなとピンと来れば何とかかなりです。仮に契約したとしても、クーリングオフなどがありますので、早期に対策を取れば何とかかなりです。対策を取る最大のきっかけは、ピンとくることなのです。

事業者と消費者は、終わらない追いかっこをしています。特に最近多いのは、顔の見えない取引です。面と向かって話を聞いていれば、もしかして怪しいのではないかと思いやすいのかもしれませんが、インターネットは顔の見えない情報のやり取りですよ。誰かと話しているわけでもないですし、閉じた世界の中で思考が働きますから、あとで、どうしてこんなことをしてしまったのだろうということに陥りやすいです。サイト閲覧を通じた架空請求、インターネットオークション、アフィリエイト、ドロップシッピングこそ、終わらない追いかっこの最先端です。非常に少ないコストで新しい手口が実践できるため、どんどん新しい手口が出てきます。すべての手口を知り、新しい手口に対してまで網を張っておくことはできません。だから、うまい話はないという当り前の教訓みたいなもので警戒心を養っていくしかないと思います。

最後に

最後に、あくまでも、特に成人すれば、自己決定に基づく自己責任がとにかく原則です。これを肝に銘じてもらうしかありません。非常に厳しい世界だという前提でいてほしいです。そして、契約を正しく理解して疑う能力です。ピンとくるということは、経験値みたいなものがありますので、実社会で経験してもらうしかありません。先輩や年上の人の話を聞いてみるということです。

対策の最大のポイントは、どの段階で、誰に、どのような相談ができるかということです。事前にピンと来て、相談出来て、手を出さなければ一番良いですよ。けれども、手を出してしまった場合は、クーリングオフの期間もあるので、いかに早く専門家に届くかということが大事になってくると思います。躊躇しないこと、いろいろ聞いておくこと、聞ける状態を作っておくことが大事なことです。友達でもいいです。友達の誰かがそのルートを知っているかもしれません。全部の事例を把握することは無理ですので、警戒心を養って、だまされることがないようにしてください。