

私法と 消費者保護



1

法教育における「私法と消費者保護」の学習の必要性

「私法と消費者保護」の単元は、「個人と個人の間を規律する私法分野について、学習機会の充実を図る。その際には、日常生活における身近な問題を題材にするなどの工夫をして、契約自由の原則、私的自治の原則などの、私法の基本的な考え方について理解させるとともに、企業活動や消費者保護などの経済活動に関する問題が法と深くかかわっていることを認識させる」（報告書第3の1（2）イ）ことを目指すものである。

こうしたねらいを踏まえ、本教材では、中学校社会科公民的分野で扱われる市場における商品の売買と消費者保護について、私的自治の原則から捉えさせるものとした。

2

「私法と消費者保護」に関する学習指導要領や教科書の記述

①学習指導要領の内容

学習指導要領（社会科〔公民的分野〕）は、大項目「（1）私たちと現代社会」の中項目「イ 現代社会をとらえる見方や考え方」で、「契約の重要性やそれを守ることの意義及び個人の責任などに気付かせる」と記されており、また、「解説」には、「社会生活で人々がきまりを作ったり取り決めを行ったりしている活動を改めて『契約』という概念で捉え直し、それを守ることによってそれぞれの権利や利益が保障されていること、またお互いが納得して受け入れられたものである限りその結果について責任が伴うことを気付かせる」とされている。次に、大項目「（2）私たちと経済」の中項目「ア 市場の働きと経済」では、経済活動の意義について消費生活を中心に理解させるとともに、市場経済の基本的な考え方を学ばせるようになっている。この学習では、市場における商品の売買が取り上げられるが、本教材では生徒の身近な経済活動である商品の購入について、大項目（1）の中項目イの学習の成果を踏まえ、対等な個人が自由な意思に基づきながら行う契約という観点から改めて捉え直させ、市民社会における自由と責任を考えさせるようにしている。その上で、市場の働きにゆだねることが難しい問題として扱われる、大項目（2）の中項目「イ 国民の生活と政府の役割」の「消費者の保護」の学習と関連させるようにしている。その際、「消費者の自立の支援なども含めた消費者保護行政を取り扱う」（学習指導要領「内容の取扱い」）に留意して、本教材では、消費者基本法（旧消費者保護基本法）や消費者契約法、消費者教育推進法も含めて取り扱うようにしている。

また、学習指導要領（技術・家庭科）の家庭分野は、大項目「D 身近な消費生活と環境」で取り扱われる（1）「家庭生活と消費」で「ア 自分や家族の消費生活に関心を持ち、消費者の基本的な権利と責任について理解

すること」と記されており、「解説」には「消費者に関わるトラブルについてロールプレイングしたり」するとある。消費者基本法の趣旨を理解できるようにするとともに、実際の消費生活とかがかわらせて、より具体的に考えさせることが重要であるとされている。

②教科書の記述

社会科の教科書では、民法は、「平等権」に関連させて家族に関する法律として記述されたり、巻末に資料として記載されたりしていることが多い。私法自治の原則は、法との関連ではなく、契約という行為に関連させて教科書に記述されており、全体的には消費者保護などに関連して記述する教科書が多い。私たちと現代社会や特設ページで触れているものもある。

技術・家庭科（家庭分野）の教科書では、消費者基本法の内容について触れている記述があるが、全体的には販売方法や身の回りのマーク、消費者トラブル、クーリング・オフのやり方など具体的な記述が多い。

大項目 「(2) 私たちと経済」
中項目 「ア 市場の働きと経済」
「イ 国民の生活と政府の役割」

1 単元の構成

第1時 契約とは何だろう



2 単元の目標

- ①身近な経済活動に対する関心を高めるとともに、具体的な事例を通じて、契約成立の要件や、いったん成立した契約が例外的に解消できる場合について理解させる。
- ②契約は、対等な個人の自由な意思に基づいて結ばれ、その結果、法律上の権利と義務が発生することを理解させる。
- ③消費者が不利な条件のもとで契約を結んだ場合、後に契約を解消できる仕組みを作るなど、国や地方公共団体が消費者を保護するための施策を実施していることを理解させる。



3 単元の位置付け

「私法と消費者保護」の単元は、中学校社会科公民的分野で実施する。消費者保護の授業は1時間程度の扱いとなる場合が多いが、経済活動を対等な当事者間での契約を中心に捉えさせた上で、対等ではない立場の間で結ばれた契約の事例を素材に消費者保護の問題を考えさせるなど、先の二つの中項目と関連させた学習を展開させることで、学習内容の充実を図った。



4 単元の指導計画



「私法と消費者保護」の概要

まず導入部で「契約とは何だろう」というテーマのもと、売買契約や雇用契約、賃貸借契約など日常生活で見られる契約の具体例をいくつか挙げてイメージを持たせる。

次の展開①で契約がどのように結ばれるのか捉えさせる。具体的には、売買契約を結ぶ際に、いつの時点で契約が成立したと言えるのか考えさせ、買い手と売り手の意思が合致したときに契約が成立したこと、契約は守られるべきものであることを確認する。

そして、展開②で「契約が解消できるとき、できないとき」というテーマのもと、ハプニングカードを使って、契約が原則通り解消できない場合（ハプニングカードA、B）と、例外的に、様々な事情により契約が解消できる場合（ハプニングカードC）があることを学習する。それぞれのA～Cの場合、契約を解消できるのかできないのか、またその結果が社会的にどのような影響を与えるのか考えさせる。

最後の展開③では、「契約が解消できる特別な場合」というテーマのもと、契約がいったん成立した後、解消できるのは例外的な場合であり、その一つとして消費者保護が位置付けられることを学習する。具体的には、正しい情報や十分に考える時間を与えられていないまま契約を結ぶ状況になったときなどに契約が解消できること、このような契約を解消できる仕組みを国が作るなど、国や地方公共団体に消費者を保護する役割があることをまとめる学習を、ハプニングカードDをもとにして行う。

まとめでは、対等な個々人の契約で成り立つ市民社会では自由と責任、権利と義務が基本原則であること、そのために私たちは自由に契約を結ぶことができることなどを押さえ、この授業で得たことなどを振り返らせて授業をまとめる。

なお、本単元の指導において、特に留意しておく必要のある事項については、単元の指導計画の後に「法律家からのメッセージ」として掲載している。

契約とは何だろう

🕒 1時間

第1時 契約とは何だろう



	学習内容	学習活動(教師の指示・発問と生徒の予想される答え)	指導上の留意点
導入	身近な契約例を考える。	<p>わたしたちの身の周りで、契約という言葉聞いたことがありますか。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 契約書を見たり、実際に書いたりしたことがあるか尋ねる。 <p><予想される反応></p> <ul style="list-style-type: none"> ● 野球選手の契約 ● 映画俳優の契約 など <p><契約の例></p> <ul style="list-style-type: none"> ● コンビニエンスストアでジュースを買う→店との売買契約 ● 電車に乗るために切符を買う→鉄道会社との旅客運送契約 ● 家に住むための家賃を払う→家主との間の賃貸借契約 	<ul style="list-style-type: none"> • 日常生活を振り返って、例に挙げる各行為が契約に該当するかどうか答えさせる。 • 契約とは法的な効力を持つ約束であることを理解させる。
展開①	契約の原則を理解する。	<p>契約とはどのようにして結ばれるのでしょうか。例えば、売買契約を結ぶ際、いつの時点で契約が成立したと言えるか、次から一つ選んでみましょう。また、なぜそのように思ったのか、仲間と話し合ってみましょう。</p> <p>ア) 買い手が品物を売り手のところに持って行き、「これください」と言った時。</p> <p>イ) 売り手が買い手に、「はい」と言った時。</p> <p>ウ) 買い手が売り手に代金を支払った時。</p> <p>エ) 売り手から買い手に商品の受け渡しが行われた時。</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 現実の買い物場面では、売り手と買い手が左側の問いのような言葉を交わした上で、互いの意思の合致を行うことは少ないことを留意させる。

	学習内容	学習活動(教師の指示・発問と生徒の予想される答え)	指導上の留意点
展開①		<ul style="list-style-type: none"> ●この商品を守る, 買うという, 売り手と買い手の意思が合致した時点で, つまり口頭での合意の場合でも契約関係が生じることを説明し, 契約の基本原則を理解させる。 ●契約は法的な約束であり, 意思が合致さえすれば, 自由に結ぶことができることを理解させる。 	
展開②	<p>契約の原則と重要性を確認する。契約を解消できるかどうかについて, 事例を元に確認し, 理由を考える。</p>	<p>契約を結んだ内容がきちんと実行されない場合, どのような社会になるだろうか。</p> <p><予想される反応></p> <ul style="list-style-type: none"> ●お金を払ったのに品物をもらえない。 ●切符を買ったのに自分が行きたい駅に行けない。 ●事前に家賃を払っているのに違う人が住んでいた。 <p><教師による説明></p> <ul style="list-style-type: none"> ●契約は当事者間の自由な意思が合致して成り立っており, 一度結ばれた以上, 法律上の権利と義務が発生し, それを守るべき責任がある。市民社会における経済活動は契約が守られることで成り立っていることを理解させ, 契約違反が常態化した社会が一体どのようなようになるか想像させる。 ●無責任な契約が横行してしまうと, 自由な経済活動を妨げ, 市民社会のルールと信頼を壊すこと, したがって契約は必ず守られるべきものであることを理解させる。 <p>一度結んだ契約は解消できないのだろうか。</p> <p><小グループによる活動></p> <ul style="list-style-type: none"> ●A～Cのハプニングカードを小グループごとに提示し, それぞれの事例の場合, 契約を解消できるのか, できないのか考えさせる。また, なぜそのように思ったのか理由を考え, グループごとに発表させる。 ●A～Cのカードの扱い方について, 各グループに種類の違うものを1枚ずつ渡す, あるいは3枚同時に渡す等, クラスの状況に応じてグループ活動の進め方を工夫する。 	<ul style="list-style-type: none"> ●契約が履行されない社会について, 具体例を挙げて想像させる。 <p>資料1</p> <ul style="list-style-type: none"> ●各グループの発表内容を, 板書しながら整理分類し, 考える視点を与える。

第3 単元の指導計画

学習内容	学習活動(教師の指示・発問と生徒の予想される答え)	指導上の留意点
<p>展開②</p>	<p>発表を終えた後、それぞれの事例の正答を発表する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● A, B→解消できない 自分の一方的な都合だけで契約は解消できない。自分が自由な選択の中でその商品を選んだのだから十分考えて約束したものは守らなくてはならない。 ● C→解消できる 十分に考えて約束したのに、考える基本条件が違っている場合には、その約束に拘束されるべきではない。 ● 一度合意して結んだ契約に信頼性がなければ、自由で公正な市民社会が成り立たないことを再度確認する。 <p><参考資料> 契約を結んだとしても効力が認められないケースとして、次の点が挙げられる。</p> <ol style="list-style-type: none"> ①契約した内容の実現が不可能である場合 ②契約に対して真意を欠いている場合 →虚偽表示, 錯誤, 詐欺, 強迫など ③契約をした者に判断する能力がない場合 	
<p>展開③</p>	<p>契約を解消できる場合とできない場合の違いは何だろうか。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 不都合が生じた場合、契約は絶対的なものなのかどうか考えさせる。 ● 自己の責任が問われる場合とそうでない場合で解消できるかどうか分かることに気付かせる。 ● 契約は自由に結ぶことができる一方で、責任がともなうことを確認する。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 解消できる場合と、できない場合の共通点を挙げて確認させる。

学習内容	学習活動(教師の指示・発問と生徒の予想される答え)	指導上の留意点
展開 ③	<p style="color: red;">契約がいったん成立した後、解消できる特別の場合(消費者契約法が適用される場合)について考えてみよう。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● カードDを提示し、この場合契約を解消することができるかどうか小グループで考え、理由を発表させる。 →この事例は解消できる。 ● カードDのようなしつこい訪問販売や悪質商法の事例を提示し、意思決定が妥当になされているかどうか考えさせる。 ● 十分考える時間やチャンスが無かった場合、一方的に契約を解消する手段として、クーリング・オフ制度があることを説明する。 ● 契約は自分の意思で自由に行われるべきものであるが、現実には商品の情報を十分知りえない消費者が自分の意思で判断することは難しい。消費者不利の事例を挙げながら、消費者と事業者を実質的に対等な立場に置くための契約ルールである消費者契約法や、国や地方公共団体が消費者を守る施策として消費者基本法があることを説明する。 ● 一方、安易な合意は不利益をこうむる場合があることに気付かせ、責任をもって契約を結ぶことの重要性を再度認識させる。 <p style="color: blue;">＜参考資料＞</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 消費者契約法: 消費者と事業者との間で情報や交渉力に差があることから、事業者による一定の行為によって、消費者が誤認したり、とまどったりした状態で契約を結んだりした場合に、その契約や意思表示を取り消すことができる。 ● 消費者基本法: 消費者の権利の尊重や消費者の自立した行動の支援などの基本理念を定めるとともに、国や地方公共団体が消費者の利益の擁護・増進に関する総合的な施策を進める責務を有すると定めている。 	<ul style="list-style-type: none"> ● カードDの場合は、Cとは異なり、買おうと思ったものと、実際に引き渡されたものは異ならないことを確認する。

第3 単元の指導計画

	学習内容	学習活動(教師の指示・発問と生徒の予想される答え)	指導上の留意点
まとめ	契約や市民社会の原則についてまとめる。	<ul style="list-style-type: none">● 本時の学習内容をふまえ、契約の基本原則と、それによって成り立つ市民社会の原則について確認する。● 今まで出てきた疑問点や意見について考える。	本時の学習内容から、分かったこと、気付いたことを書かせる。

責任をもって
契約を結ぶ
ことが大切
なんだね!!



クーリング・オフ
っていう制度が
あるんだね



法律家からのメッセージ

1 本教材のねらい (生徒に身に付けさせたい法教育的視点)

本教材は、私法の基本的な原理である「契約自由の原則」とその修正原理である「消費者保護」を学ぶことをねらいとしています。

これまでの学校教育では、消費者保護に関する学習が取上げられてきましたが、消費者保護は、「契約自由の原則」を修正した分野です。そこで、私法の基本原理である「契約自由の原則」を扱うことによって法的思考を学ぶとともに、消費者保護についてより深い理解を促進しようとするのが本教材のねらいです。



2 指導上の留意点

本教材で授業を実施するにあたり、次の3つの視点を持ち合わせていただくと、より深い展開が可能になるものと思われます。

(1) 契約は人生を豊かにする道具であること



例えば、子ども達が、将来、自分の夢を実現したいと考えたとき、(その夢の内容にもよりますが)一人より複数のメンバーで取り組んだ方が、夢が実現しやすく、またより広い範囲で行動をとることができるともいえます。そこで、その場合には、同じ夢を持った仲間同士で約束をして組織を立ち上げたり、組織が活動する上で資金が必要であれば銀行などから融資を受けます。夢の実現に向けて世の中の人や組織を説得して合意したり、場合によっては他の組織と統合することもあります。

こうやって私たちは、他者と約束を交わしながら、自分の夢を大きく膨らませて実現していくことができるのです。そしてこのことは、私たちが社会を作っていくことにつながっていきます。

誰と、どのような内容の契約を結ぶのかは、誰からも干渉されることなく、その人の自由です(これを「契約自由の原則」と言います)。もともと『はじめての法教育』に収録されていた教材では、生徒に契約書を作らせる作業を通じて、この「契約自由の原則」を体験的に学ぶことができるよう工夫がなされていましたが、本教材では、学校現場の実情に合わせて1時間で実践するように短縮したため、その部分が割愛されています。「契約自由の原則」について生徒が実感をもって理解できる機会が減りましたので、指導する教師の側で、このような契約の積極的な意味を念頭において授業を展開していただければと思います。

法律家からのメッセージ

(2) 契約の締結は慎重になすべきこと

このように、契約は私たちの人生を豊かにするものですが、契約を締結すると守らなければなりません（これを「契約の拘束力」といいます）。例えば、友人から保証人になることを頼まれ、気安く契約書に署名捺印をしてしまい、多額の負債を抱えてしまうケースが見受けられます。また、儲け話に安易に乗り、財産を散逸してしまうケースも見受けられます。

本教材では、『はじめての法教育』に収録されていた契約書を作成する作業を省略しているため、契約を締結する意味について実感を持って感じる事がどうしても乏しくなりがちです。授業を進めるにあたっては、契約を締結する際には、契約の効果として発生する責任にまで思いを致し、慎重になる必要があることも伝えていただければと思います。



(3) 法は公正を図ろうとしていること



以上の述べてきたとおり、契約の問題を扱う上では、「契約自由の原則」を前提とすることにより、契約の本質を正しく理解することができます。この「契約自由の原則」は、「想定される生徒からの質問について」の5でも触れられている通り、契約当事者（＝契約を結ぶ本人同士）が対等であることを前提としているところ、事業者と消費者との間には情報の質や量並びに交渉力に格差が認められ、実質的に見ると対等とは言えません。そこで、一定の契約類型については法定の書面を要求して書面交付から一定期間は自由に契約の解消を認めたり（クーリング・オフ制度）、消費者が誤認や困惑をして契約を締結した一定の場合に契約を解消できるようにするなどして、「契約自由の原則」

を修正して消費者を保護する法律が設けられています。

このような法律は、消費者の利益を擁護して消費者を事業者と実質的に対等の立場に置こうとするものであり、そこには法の基本価値である「公正」がその背後に横たわっています。展開③では、単に法律の知識を理解するのではなく、その背後にある「公正」という法の価値についてまで触れていただければ、法教育としてはより深い理解に繋がります。

ハプニングカード

カード A

私はAさんから、「その物」を買った後新品の同じものが、近くの店で安く売られていることを発見した。

そこで、私は、Aさんとの契約を解消して、Aさんに支払ったお金を返してもらいたいと思っている。

私は、契約を解消して、お金を返してもらうことができますでしょうか。

カード B

私がAさんから、「ある物」を買った後、家に帰ると、お母さんが、「Aさんから買ったある物と同じ物」を買ってくれていた。

私としては、同じ物は必要ないのでAさんとの契約を解消して、Aさんに、「ある物」を返して、支払ったお金を返してもらいたいと思っている。

私は、契約を解消して、お金を返してもらうことができますでしょうか。

カード C

私はAさんから、「××は有名なブランド○○製である。」とウソの説明をされて、これを信用して買った。

後日、それはニセモノであることが判明した。

私は、ニセモノならいらないので、契約を解消して、代金を返してもらいたいと思っている。

私は、契約を解消して、お金を返してもらうことができますでしょうか。

ハプニングカード

カードD

アンケートの電話に答えたら、「景品が当たった」と営業所に呼び出された。

私は景品のポーチをもらった後、同じ営業所内で開催されているブランド財布の展示会に連れて行かれ、「本来は10万円以上するが、今日なら特別に6万円がいい」と言われた。でも、私には、そんな高い財布を買う意思は、まったくなかった。

しかし、似合うなどとほめられつつ熱心に勧められ、断りきれないまま、三人に囲まれて説明され続けた。私は、「終電も近いので帰りたい」と言うと、「こんなに熱心に勧めたのだから誠意をみせて」と言われ、部屋から出してもらえず、困って、契約してしまった。

まったく不要で高価なものを買ったと後悔するばかりだ。

私は、契約を解消できるでしょうか。



Q1

「意思の合致」って、具体的に何と何が合致すればいいのですか？

A1

契約が成立するためには、契約の重要部分（これを「契約の要素」といいます）について意思が合致する必要があります。契約の要素とは、契約の内容を画する最低限の事由のことです。

たとえば、売買契約であれば、契約の目的物（売る物）と代金が契約の要素です。その他、導入例にあるそれぞれの契約の要素は次のとおりです。

賃貸借契約：契約の目的物（貸す物）と賃料

旅客運送契約：役務の内容（運送の内容）と運賃

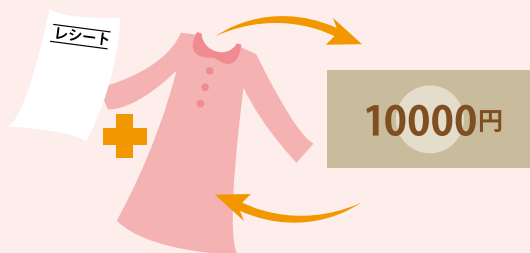
労働契約：提供する労務の内容と賃金

すなわち、契約が成立するための「意思の合致」とは、「何を・いくらで」について合致することとなります。

なお、指導計画・展開①の「指導上の留意点」には、「現実の買い物場面では、売り手と買い手が左側の問いのような言葉を交わした上で、互いの意思の合致を行うことは少ないことを留意させる。」と指摘されています。たしかに、「これください」「はい」といった言葉のやり取りがない場合もよく見受けられます。この場合について、生徒から、契約の成立について質問が出たら、「どこで意思の合致があったか」を具体的に考えさせると理解が深まります。客がレジに商品を置いた段階で「これください」の意思表示があり、店員が商品のバーコードを入力した時点で「はい」の意思表示があったと評価することが可能と思われます。

Q2

スーパーなどでは、レシートを持って買った商品を返品すれば、代金を返してくれます。「契約は守らなければならない」というけど、そんなことはないのでは？



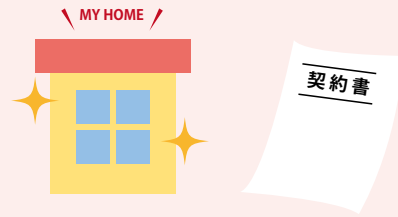
A2

お店は、客のニーズに柔軟な対応をすることで、店の評判を高め、結果的に売り上げを伸ばすことができます。スーパーなどが返品に応じるのはそのような営業戦略に基づくものであり、返品に応じなければならない法的義務はありません。つまり、スーパーが返品に応じるか否かは、スーパーの自由な判断（いわばサービス）であり、客側には返品を要求する権利はありません。

なお、スーパーが返品に応じることは、法的には「合意解約」といいます。

Q3

口約束だけで契約は成立すると言うけど、高価な買い物は口約束じゃなくて契約書が必要なのではないですか？



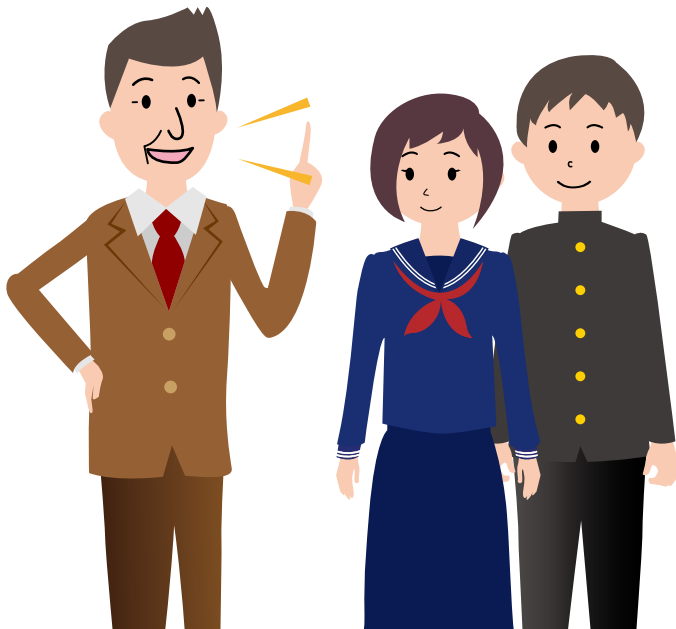
A3

金額の多寡に関わらず、契約は口約束だけで成立します。

一方、契約書は契約の成立を証明するための証拠です。当事者の間に契約の成立に争いがなければ証拠は必要ありませんが、争いが生じた場合（つまり、一方が「契約は成立した」と主張し、他方が「成立していない」と主張している場合など）には、契約の成立を証明する道具として契約書が役立ちます。

質問にあるように、たしかに家を購入するときなど、高額な売買には契約書を作成することがよくあります。したがって、そのような契約であるにもかかわらず契約書がない場合には、「契約は成立していなかったのではないか」と推認される方向に傾きやすくなります。つまり、一般には契約書を作成するような高額な契約で契約書を作成していない場合、「意思の合致はなかった」と判断されやすくなるのです。これは証明の問題であって、理論上、高価な買い物であっても口約束だけで契約が成立することには変わりません。

なお、これとは逆に、仮に契約書に自分の名前と印鑑があったとしても、他人が勝手に名前を書いて押印したのであれば、契約は成立していないこととなります。



Q4

ハプニングカードCについて質問です。たとえばハンドバッグを例に説明すると、本物か偽物かは別にして、「このハンドバッグを」 「〇〇円で」、という内容で意思が合致しているのだから契約が成立し、解消できないのではないのですか？



A4

そのとおり、ハプニングカードCでは、契約の目的物と代金（何を・いくらで）について意思が合致しているのですから、契約は成立しています。ここでは質問に答えるため、契約を守らなければならない理由にまで遡って考えてみましょう。

サッカーワールドカップのチケットについて売買契約を締結した場合を例に考えます。買主は、売主からチケットを渡してもらえなければ、楽しみにしていたサッカーを見ることができません。また、開催地までの往復の航空券も無駄になります。つまり、契約を守らないと相手に迷惑をかけることになる、これが契約を守らなければならない一つ目の理由です。

また、自分の自由な意思で約束をしたのですから、その結果に対して責任を負うべきであり、契約を守ることを強制しても酷ではない、これが二つ目の理由です。

そうであるならば、ハプニングカードCのように、ニセモノのバッグをブランド品とウソの説明をしている場合には、契約の解消を認めても、Aさんに迷惑をかけることにはなりません。また、私は騙されて約束をしたのですから、契約を守ることを強制されることはかえって酷です。

そこで、この場合には、契約は成立したものの解消できるのです。

ちなみに、民法96条は、このような場合に詐欺を理由に取り消しができると規定しています。また、「ブランド品だから買うんだ」という購入の動機が明らかになれば、そのことを相手方は認識しているのですから、民法95条で錯誤を理由に無効を主張できる可能性が高くなります。

なお、授業では、生徒に対して「契約を『解消』できるか」という問い方をしています。この「解消」という言葉は、法律用語の「取消し」、「無効」、「解除」を包含する意味で用いています。

- ・ 取消し：成立した契約にもともと瑕疵があることを理由に、一方の意思表示によって効力を消滅させる場合
- ・ 無効：契約が成立したものの有効とはいえない場合
- ・ 解除：契約は有効に成立したがその後の一方当事者の不履行などを理由に解消する場合

Q5

ハプニングカードDで買った財布は本物のブランド品のようだし、代金は10万円のをそれより安い6万円です。買った後に後悔しているのはハプニングカードAと同じなのではないでしょうか。いわば自分の判断ミスであるにもかかわらず、解消できるとするのはおかしいのではないですか？

A5

本事案では、「このブランド財布を」「6万円で」という内容で売主・買主双方の意思が合致しているため契約は成立しています。たしかに契約した後に後悔しているのは、ハプニングカードAの場合と同じです。

しかし、このケースでは、「似合うなどほめられつつ熱心に勧められ」、「断りきれないまま三人に囲まれて説明され続け」、終電近くなっても「部屋から出してもらえず、困って契約」したのであり、自由な意思があったとはいえないケースです。また、アンケートの景品が当たったとして営業所に呼び出されて、その流れで展示会に案内されているのですから、十分に判断する状況下にはないまま、お店側の駆け引きに上手く乗せられてしまったともいえます。

そもそも一般人（消費者）と商売をしているお店（事業者）とでは、商品に対する情報の質や量は余りに異なりますし、交渉の力量にも大きな格差があります。そうであるなら、形式的には意思が合致していたとしても、その実態をつぶさに見れば、一般人が、お店側と対等に交渉して、真に自由な意思で契約を締結したとはいえない場合も多いのです。そこで法は、消費者の利益を擁護するための法律を用意し、消費者が企業と対等に交渉できるようにしたり、一定の場合には契約を解消できることを定めています。ハプニングカードDの事案に関連するものとしては、消費者契約法と特定商取引法が挙げられます。

消費者契約法には、事業者の不当な勧誘によって締結した契約を消費者が解消しやすくする規定が設けられています。本事案に関連するものとして、事業者が消費者をその場から退去させないことにより消費者が困惑し、それによって契約を締結した場合には解消できるとしています（消費者契約法4条3項2号）。

また、特定商取引法は、取引を公正にすることにより、商品の購入者などの利益を保護することを目的としています。本事案は、いわゆるアポイントメントセールスと呼ばれるものです。特定商取引法2条1項2号は、電話や郵便などで呼び掛けて、契約の締結を勧誘するためのものであることを告げずに営業所その他特定の場所への来訪を要請して商品を販売することは、訪問販売の一つとしており、訪問販売の場合、申込書面・契約書面を受け取ってから8日以内であれば、クーリング・オフで契約を解消できるとしています（同法9条）。

なお、指導計画・展開③の「学習活動」には、以上の法律のほか「消費者基本法」について言及されています。指導計画に記載されている通り、消費者基本法は、消費者の権利に関する基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにしたのですが、具体的な契約の効力について規定するものではありません。