

「個別論点の検討(2)―不当勧誘に関する規律①―」に関する意見

2015年4月10日

委員 山本健司

1. 「勧誘」要件の在り方

消費者契約法上の不当勧誘に関する規律に関し、不特定多数の者に向けられた広告等に基づいて意思形成がされる場合も有り得ることを前提として、広告等のうち、①消費者の意思形成に直接的に働きかけるものであり、かつ、②当該広告等における記載や説明に基づいて消費者が契約締結の意思表示をしたこと（当該広告等と意思表示の因果性）が客観的に判断できるものについて、消費者契約法の不当勧誘に関する規律を適用するという考え方について、どう考えるか。

【甲案】現行法上の「勧誘をするに際し」という文言を維持した上で、広告等のうち①消費者の意思形成に直接的に働きかけるものであり、かつ、②当該広告等における記載や説明に基づいて消費者が契約締結の意思表示をしたこと（当該広告等における記載や説明と意思表示の因果性）が客観的に判断できるものについては、「勧誘」とみなす又は例えば「勧誘類似行為」とするなどして、不当勧誘に関する規律が適用されることを明らかにする考え方

【乙案】「勧誘をするに際し」という文言に代えて、広告等による場合を含め、契約締結の意思形成への直接的な働きかけであることを要する趣旨から、「契約の締結に関して」又は「契約が行われる（締結される）までの間に」とする考え方

【丙案】「勧誘をするに際し」という文言を維持した上で、個々の事案における解釈に委ねるとする考え方

【意見】

1 広告等への不当勧誘行為規定の適用の是非

広告等であっても、消費者の意思形成に向けた働きかけの程度が強く、その広告等に基づいて消費者が契約締結の意思表示をしたと認められる場合には、消費者契約法の不当勧誘規定が適用されるべきものと考えます。

2 具体的な法規定の在り方

現行法の「勧誘をするに際し」という文言に代えて、「契約の締結に関して」又は「契約が行われる（締結される）までの間に」とする考え方（乙案）に賛成します。

3 事業者が当該広告等の記載や説明に関与している場合に限定すべきか。

上記のような限定には反対です。

【理由】

1 広告等への不当勧誘行為規定の適用の是非

(一) 不特定多数向けの広告、パンフレットや説明書、チラシ等が「個別の契約

締結の意思形成に直接影響を与えているとは考えられない」といった理解は、消費者契約の実態から乖離しています。消費生活相談事例においては、広告に掲載された不実告知に相当する内容を信じた消費者の事例が見受けられるほか、近年のインターネットの普及に伴い、インターネットの画面上で不実告知に相当する内容が掲載され、それを信じた消費者がトラブルに巻き込まれる事例も多く見受けられます。

- (二) 不特定多数向けの働きかけと思われる広告等であっても、消費者の意思形成に向けた働きかけの程度が強く、また、その広告等に基づいて消費者が契約締結の意思表示をしたと認められる場合には、誤認取消など消費者契約法の不当勧誘に関する規律を適用して然るべきと考えます。

2 具体的な法規定の在り方

- (一) 具体的な法規定の在り方としては、「広告等はおよそ不当勧誘行為に該当しない」といった文理解釈につながりうる現行法の「勧誘をするに際し」という文言部分を排除・改正すれば足りるものと考えます。

また、商品先物取引法や金融商品販売法で用いられている「契約の締結又はその勧誘に関して」という文言や、金融商品販売法で用いられている「販売が行われるまでの間に」といった文言など既存の法律で使用されている文言（「資料2」12頁の「参考4（用例及び類例）」部分で列举されているとおり）は、消費者契約法の条文改正でも参考になると思われます。

上記のような観点から、現行法における「勧誘をするに際し」という文言を、「契約の締結に関して」又は「契約が行われる（締結される）までの間に」とあらためる考え方（乙案）に賛成します。

- (二) なお、甲案における要件①（＝消費者の意思形成に直接的に働きかけるものであること）は消費者の誤認等を惹起しうる不実告知等と評価できるか否かという点（不当勧誘行為性）において、要件②（＝当該広告等における記載や説明に基づいて消費者が契約締結の意思表示をしたこと）は不当勧誘行為と誤認等に基づく意思表示との因果関係が認められるか否かという点（因果関係の存否）において、消費者取消権の発生を帰結するための要件として検討される事柄であるように思われます。甲案のように①②を新たな要件と位置づけることは、不要ではないかと考えます。

3 事業者が当該広告等の記載や説明に関与している場合に限定すべきか。

- (一) 小売業者が自ら行った表示か、メーカーの表示の引用かは、相手方の消費者が与り知らない事柄であり、かかる事由で消費者の取消権を否定することは、被害者となった消費者に酷と思われれます。
- (二) また、メーカーの不当表示を引用して誤認取消を受けた小売業者は、仕入先やメーカーに契約責任や不法行為責任を問うことで自らの損害を回復できると思われれます。実際、小売業者が消費者に欠陥商品を販売した事案では、消費者から売主としての瑕疵担保責任等を追求された小売業者は、仕入先やメーカーに契約責任や不法行為責任を問うことで自らの損害を回復して対応しております。そのような場合と同様に処理すれば足りる問題と考えられます。

- (三) かかる観点から、事業者が当該広告等の記載や説明に関与している場合に不当勧誘行為規定の適用を限定する考え方には反対です。

2. 断定的判断の提供

断定的判断の提供（法第4条第1項第2号）の対象となる事項（「将来における変動が不確実な事項」）について、将来における変動に関する事項や財産上の利得に影響する事項に限らないこととすべきという考え方について、どう考えるか。

＜具体的な対応＞

【甲案】「将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額」という例示を削除し、断定的判断の提供の対象を、「将来における変動が不確実な事項」又は「不確実な事項」とする。

【乙案】（財産上の利得に影響しない事項も断定的判断の提供の対象となり得るという考え方を前提として、）現行法の文言を維持した上で、個々の事案における解釈に委ねる。

【 意見 】

現行法の「将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額」という例示を削除し、断定的判断の提供の対象を「不確実な事項」のみとする考え方（甲案）に賛成します。

【 理由 】

1 「将来における・・・受け取るべき金額」という例示の削除

(一) 事業者が不確実な事項を確実だと断定的な判断を提供して勧誘すれば、構造的な格差のもと、消費者はこれを信じやすく、契約を締結するかどうかの意思決定に影響を受けやすいという断定的判断の提供規定の趣旨は、現行法が規定するような「財産上の利得に影響する事項」に限って妥当するものではありません。

(二) むしろ、かかる断定的判断の提供規定の趣旨は「不確実な事項」一般について妥当するものであると思われます（「債権法改正の基本方針」【1.5.18】）。

(三) 実際に、「資料2」24～26頁の「(参考1) ②」部分でも列挙されており、「不確実な事項」という文言は、金融商品取引法、商品先物取引法、銀行法、貸金業法、金融商品販売法、信託業法など、断定的判断の提供について定める多くの既存の法律において用いられています。

(四) 上記の観点から、現行法の「将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の」という例示を削除し、断定的判断の提供の対象を「不確実な事項」のみとする考え方（甲案）に賛成します。

2 「ウ留意点」(20～22頁)について

(一) 「客観的な効果・効能が問題となる例」について

(1) 事例2-4～事例2-6のような事例についても、個別事案毎の検討の結果、不確実な事項について断定的判断を提供し、それによって消費者が当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認をして意思表示

を行ったと事実認定できる事案であれば、他案件と区別する必要性はないと考えます。

- (2) もっとも、効果・効能の実現に利用者本人の一定の努力が必要である事案などでは、個別事案によっては、消費者の誤認や因果関係の存在が認められないという場合はありえるものと思料いたします。
- (3) なお、事業者が断定した効果・効能を実現するだけの性質・性能を有していないような事案については、他面において、不実告知の問題としても捉えることができるという指摘（資料2・21頁）はそのとおりであろうと考えます。

(二)「(イ)客観的でない効果・効能が問題となる例」について

- (1) 事例2－7のような事例についても、個別事案毎の検討の結果、不確実な事項について断定的判断を提供し、それによって消費者が当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認をして意思表示を行ったと認定できる事案であれば、他案件と区別する必要性はないと考えます。
- (2) なお、運命・運勢などが問題となっている事案について、「不当勧誘に関する一般規定」の論点において検討することには賛成です。もっとも、「不当勧誘に関する一般規定」が、まだ対象、要件、実現可能性が不透明である以上、現時点で「断定的判断の提供」の適用対象からこれを除外して議論を整理してしまうべきではないと考えます。

3. 不利益事実の不告知

不利益事実の不告知（法第4条第2項）について、「不実告知型」と「不告知型」の2類型に分けて考察し、

- 1. 「不実告知型」について、先行行為要件（「利益となる旨を告げ」ること）を維持した上で、不告知の故意要件（「故意に告げなかったこと」）を削除又は過失による場合も含むとする考え方について、どう考えるか。
- 2. 「不告知型」について、故意要件を維持した上で、先行行為要件を、別途検討されている事業者の情報提供義務が認められる場合とする又は削除するという考え方について、どう考えるか。

【 意見 】

- 1 「不実告知型」と「不告知型」に類型化し、「不実告知型」について故意要件を削除する考え方に賛成します。
- 2 「不告知型」について、故意要件を残し、先行行為要件を削除する考え方に賛成します。

【 理由 】

1 不実告知型について

- (一) そもそも不利益事実の不告知は、消費者にとって利益となることと不利益事実が表裏一体をなすにもかかわらず、利益となる旨を告げて、不利益事実

は存在しないと思わせる行為であり、不作為による不実告知と言えるところ、現行法においても不実告知の場合には故意も過失も要求されないこととのバランス上、故意・過失は不要とすべきと考えます。

この点、民法改正論議においても、いわゆる不実表示規定を設けるか否かという議論において、不利益事実の不告知については、全体として不利益事実を表示しないという不実表示がなされたと評価できると説明されていたところ です。

かかる観点から、まず、不実告知型の類型については、故意要件を削除するのが相当と考えます。

- (二) なお、過失の場合を含むという考え方については、実質的に不実告知と認められるような事案について不実告知よりも要件を加重する結果となりかねないので、反対です。

2 不告知型について

- (一) 重要事項に関する故意による不告知があっても、先行行為の存在が立証できないことにより取消が認められないというのは、当該事業者を不当に利する反面、被害者である消費者に酷な結果であり、利益衡量上、問題であると考えられます。

また、故意の不告知による取消は、特商法でも認められているところです。加えて、特商法の規定ぶりによって商取引が不当に阻害されたといった事情はないと思います。

さらに、不利益事実不告知においても、不告知の対象事項は重要事項に限定されており、その範囲は無制限ではありません。

かかる観点から、不告知型について、故意を維持しつつ、先行行為要件を削除する考え方に賛成します。

- (二) 先行行為要件に替えて情報提供義務が認められる場合を要件とするという考え方については、故意要件を削除するのであればともかく、故意要件を維持するという前提であれば、端的に先行行為要件を削除するだけの方が分かりやすいと考えます。

3 補足説明

- (一) 日弁連の改正試案では、「不利益事実の不告知」類型について、「資料2」40頁にご紹介頂いておりますとおり、先行行為要件を残して故意要件を削除する考え方をご提案しております。
- (二) 前回の第7回会議でも申し上げたとおり、誤認取消を定める規定とは別に、情報提供義務違反に基づく損害賠償請求権を定める規定は必要であり、平行して議論される必要があると考えます。例えば、不実告知により既存の生命保険契約に換えて別会社との生命保険契約を締結した事案のように、取消と原状回復では救済できない損害が発生する事案が存在します。

4. 重要事項

「重要事項」（法第4条第4項）について、同条項各号に掲げる事項に限られないこととすべきという考え方について、どう考えるか。

＜具体的な対応の案＞

【甲案】法第4条第4項各号が例示であることを明示し、又は、同条項各号を削除して、「消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの」とする。

【乙案】法第4条第4項各号の事項に加え、「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」を「重要事項」に含める。

【 意見 】

1 「重要事項」の拡張の是非

不実告知等の対象が現行法4条4項の1号・2号に限定されない旨を明文化することに賛成します。

2 具体的な法規定の在り方について

（一）主位的意見

現行法第4条第4項の1号・2号を削除して、「消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの」とすることに賛成します。

（二）予備的意見

もし仮に現行法第4条第4項に3号以下を付加する考え方（乙案）を採用する場合には、特定商取引法第6条1項6号類似の第3号のみならず、7号類似の第4号も書き込む方向で検討されるべきであると考えます。具体的には、下記「乙2案」のような条文とすべきと考えます。

＜乙2案＞

(1) 「重要事項」を「第4項各号に定める事項」と改める。

(2) 第4項につき、既存の1号・2号に下記の3号・4号を付加する。

③ 消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項

④ 前各号に掲げるもののほか、当該消費者契約に関する事項であつて、消費者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの

【 理由 】

1 現行法4条4項は、取消の対象となる重要事項として、「①物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容」（1号）、「②物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件」（2号）にあたる事項であつて、かつ、消費者が当該消費者契約締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの、と規定しています。

2 しかし、契約動機など契約締結の前提となる事項に関する不実告知等の紛争は極めて多く、かかる紛争類型に取消しが認められないとすると、民法の詐欺取消、錯誤無効（動機の錯誤）によって保護される場面よりも適用範囲が狭くなってしまいます。これでは消費者と事業者との間の情報力・交渉力の格差に着目して消費者の利益擁護を図るために消費者契約法を制定した趣旨が没却されてしまいます。

3 特定商取引法においても、平成16年改正で新たに取消権が認められましたが、

同法6条1項は不実告知による取消しの対象として1号～5号の列举事由に加え、6号で「顧客が…契約の締結を必要とする事情に関する事項」、7号で「前各号に掲げるもののほか…契約に関する事項であって、顧客（中略）の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」といった包括的な規定を置き、契約動機に関する事項なども取消しの対象に含まれることを明確にしています。これは、契約動機に関する被害事例への対応が看過できない問題であることの証左と思われます。

- 4 かかる観点から、主位的な意見としては、重要事項に契約動機等が包含されることを明確にするため、現行法4条4項の1号・2号を削除し、単に「消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの」とする考え方（甲案）に賛成します。
- 5 なお、上述した特商法6条1項6号・7号の「顧客が…契約の締結を必要とする事情に関する事項」「前各号に掲げるもののほか…契約に関する事項であって、顧客（中略）の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」といった規定は、民事ルールを規定する法文であるのみならず、行政処分や刑事罰といった重い効果を帰結する法文ですが、適用範囲が不明確であるとか、商取引が不当に阻害されたといった問題は現に生じていません。甲案について、「適用範囲が不明確ではないか」「商取引が不当に阻害されるのではないか」といったご心配は杞憂であると思います。
- 6 もし仮に現行法4条4項3号以下に具体的規定を付加する考え方（乙案）を採用する場合には、誤認取消によって救済される範囲に解釈上の疑義が生じないよう、特商法6条1項6号類似の第3号のみならず、7号類似の第4号も書き込む方向で検討されるべきであると考えます。具体的には、下記「乙2案」のような条文とすべきと考えます（予備的意見）。

<乙2案>

- (1) 「重要事項」を「第4項各号に定める事項」と改める。
- (2) 第4項につき、既存の1号・2号に下記の3号・4号を付加する。
 - ③ 消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項
 - ④ 前各号に掲げるもののほか、当該消費者契約に関する事項であって、消費者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの

以上