

## 第 9 回地方消費者委員会（金沢）実施結果

平成 2 5 年 7 月  
消費者委員会事務局

開催日時：平成 2 5 年 7 月 2 6 日（金）1 3：3 0～1 6：3 0  
開催場所：石川県政記念しいのき迎賓館 3 階セミナールーム B  
主 催：内閣府消費者委員会、石川県消費者団体連絡会  
後 援：石川県、金沢市、金沢弁護士会、石川県司法書士会  
参加人数：8 1 名

内容のポイント

< プログラム >

公開シンポジウム「消費者契約法の課題」

### 1 . 基調講演「民法と消費者契約法」

講師：河上正二 消費者委員会委員長（東京大学教授）

### 2 . 報告「インターネット取引の現状と課題」

報告者：山田茂樹 消費者委員会事務局委嘱調査員（司法書士）

### 3 . パネルディスカッション

パネリスト：青海万里子 石川県消費者団体連絡会事務局長  
伊藤麻子 石川県消費生活支援センター相談員  
宗宮英恵 消費者庁消費者制度課政策企画専門官  
橋爪健一郎 金沢大学法科大学院非常勤講師（弁護士）  
山田茂樹 消費者委員会事務局委嘱調査員（司法書士）  
コーディネーター：河上正二 消費者委員会委員長（東京大学教授）

## パネルディスカッションの概要

- テーマ： 契約締結過程（誤認類型）について  
契約締結過程（困惑類型）について  
契約締結過程（インターネット）について  
適合性原則について  
約款規制について

### <パネリストからの主なコメント>

#### 契約締結過程（誤認類型）について

- ・相談現場では、子供の成績が上がるとか、脱毛エステの効果などの断定的判断の提供による相談が多い。
- ・広告は極めて勧誘に近い表示が多くなっている。
- ・不実表示については、民法の中間試案では錯誤の中に取り入れられているが、民法典では非常に大がかりになり消費者契約法への検討は重要であると思う。

#### 契約締結過程（困惑類型）

- ・消費者が「帰ってください」と言えることができればいいが、実際にはなかなか言えない。電話勧誘も同様でなかなか切ることはできない。そういった実情もふまえ、広く適用できるように検討してほしい。
- ・困惑類型に関する裁判例も多く蓄積されており、判決では退去を告げていなくても、当事者の状況や事業者の悪質性等を勘案し、退去妨害を認めているケースもある。今後、状況の濫用等範囲を拡大することができれば、さらに使い勝手がよくなる。

#### 契約締結過程（インターネット）

- ・インターネットに関する相談は増えており、通常の購入形態と比べて、消費者の注意力が低下するという特徴がある。
- ・通販は便利だが、例えば、衣服類の試着などはできないし、店員等の信頼性等を感じるできないなど商品購入における判断要素が少なく、熟慮性を確保する必要もある。
- ・事例にあるように、ステルスマーケティングのように第三者の評価による意思形成がなされるというインターネット独特の特性がある。

#### 適合性原則について

- ・日弁連の改正試案では、不当勧誘行為の取消要件について規定している。民法の公序良俗という表現は事業者からも抵抗があり、消費者契約法に導入する検討は必要ではないか。

- ・適合性原則の対象の線引き・境界が難しい。
- ・時代の変化により高齢化に見合った見直しの検討は必要である。ただ、消費者契約法に取り入れることは全ての消費者契約に適用となること、特商法等個別法との関係や行政規制との関係も含め、いかなる方法による対応が適切かという観点も併せて検討する必要がある。

#### 約款規制について

- ・保険約款等、字が小さくてなかなか読むことがない、という相談がある。消費者が読む気になる約款作成がまず必要である。
- ・現行法の8条～10条で不当条項規制があるが、不意打ち条項の禁止、事業者不利の原則等もっとわかりやすく使いやすい規定が必要である。
- ・民法でも約款規制の導入について議論されているが、経済界からの反対が強い。民法に入らなかった場合は、消費者契約法での導入の検討が考えられるが、民法の議論で残された課題は、消費者契約法の分野でも当てはまるものも多く、それらを解消するに足りるだけの実証的なデータが求められる。

#### <フロアからの意見>

- ・広告は契約締結の意思形成に影響を与えないという解釈ということだが、十分に影響を与えていると思う。
- ・不招請勧誘に関して特商法に導入されたが、消費者契約法でも検討をしてほしい。

また、河上委員長は、7月25日（木）に、石川県の谷本正憲知事及び金沢市の山野之義市長を表敬訪問した。