

第2回地方消費者委員会（松山） 報告書

平成24年3月

消費者委員会

目次

1 . 開催概要	1
2 . プログラム	2
3 . 愛媛県における消費者行政の現状と取り組み [配布資料]	3
4 . 基調講演[配布資料]	9
5 . ケーススタディ	
(1) 事例報告 [配布資料]	15
(2) 事例報告 [配布資料]	22
(3) 事例報告 [配布資料]	34
6 . パネルディスカッションで出された主な意見	36
7 . 参加者へのアンケート調査で出された主な感想・意見	38
【参考資料1】	
N P O 消費者ネット広島の沿革・活動・課題	39
【参考資料2】	
地方消費者行政の活性化に向けた対応策についての建議	41
(消費者委員会)	

1 . 開催概要

会合名	第 2 回地方消費者委員会（松山）
開催目的	地方の消費者問題の現状を聞き、消費者問題の効果的解決に役立てるため、地方で消費者委員会を開催
内容	公開シンポジウム
実施日時	平成 24 年 3 月 24 日（土）13:30-17:00
実施場所	愛媛大学 南加記念ホール （愛媛県松山市文京町3 城北キャンパス）
主催	内閣府消費者委員会 愛媛大学地域創成研究センター N P O 法人えひめ消費者ネット
後援	愛媛県 松山市 N P O 法人消費者ネット広島
参加者	8 9 人

2. プログラム

公開シンポジウム (13:30-17:00)

司会 内閣府大臣官房審議官

小田 克起

1 御挨拶

愛媛大学地域創成研究センター長

宮崎 幹朗

愛媛県県民環境部管理局県民生活課課長

大西 宏昭

2 愛媛県における消費者行政の現状と取り組み

愛媛県消費生活センター所長

山本 均

3 基調講演

「消費者の取引と法 - 現状とこれからに向けて - 」

東京大学教授 (消費者委員会委員長)

河上 正二

4 ケーススタディ

事例報告 愛媛県東温市・松前町・砥部町消費生活相談窓口

消費生活相談員 武田 咲枝

事例報告 愛媛県大洲市消費生活センター・西予市消費生活センター

内子町消費生活相談窓口 消費生活相談員 直原 亜紀

事例報告 NPO 法人消費者ネット広島理事

三村 明

～ 休憩 ～

5 パネルディスカッション

パネラー

事例報告者

広島大学教授

鳥谷部 茂

消費者委員会委員長

河上 正二

消費者委員会委員

山口 広

コーディネーター 愛媛大学教授

伊藤 浩

6 閉会挨拶 NPO 法人えひめ消費者ネット理事長

塩見 修身

3. 愛媛県における消費者行政の現状と取り組み

愛媛県消費生活センター所長 山本 均

第2回地方消費者委員会(松山)

愛媛県における消費者行政の 現状と取り組み



愛媛県消費生活
相談窓口イメージキャラクター
「こまどりのPiPi(ピピ)」

平成24年3月24日

愛媛県消費生活センター



愛媛県における消費者行政 活性化の方針(重点目標)

市町相談体制の充実・強化

県と市町の適正な役割分担の下、県民が安心して気軽に相談できる体制づくり

県消費生活センターの中核機能の強化

啓発・情報発信機能、高度化への対応を強化し、市町相談窓口の支援・補完能力を向上

地域で持続的に消費者啓発を担う人材の養成

基金終了後も啓発を推進するため地域での人材養成と消費者団体との連携を推進

県及び市町相談窓口の周知徹底

消費者被害の泣き寝入りを防ぎ、消費者トラブルの顕在化を図る



愛媛県消費生活センターの機能は

消費者保護機能

消費生活に関する相談を受け、解決の仕方を助言したり、事業者との交渉のサポート

消費者教育機能

消費者の意識啓発、知識の向上を図る啓発業務

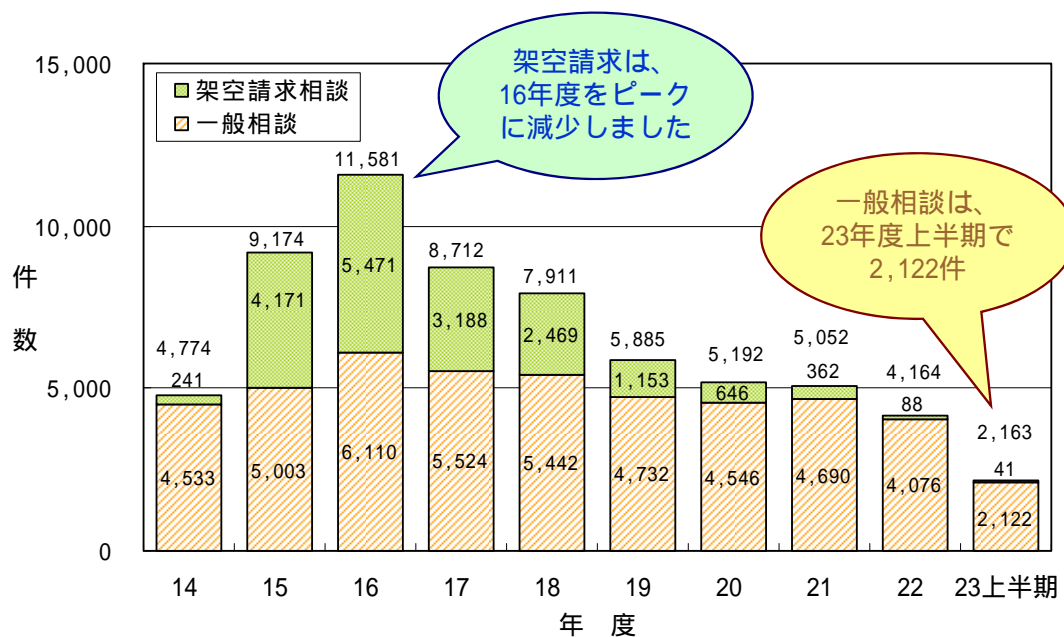
情報提供機能

製品事故防止や消費者被害防止のための情報を提供

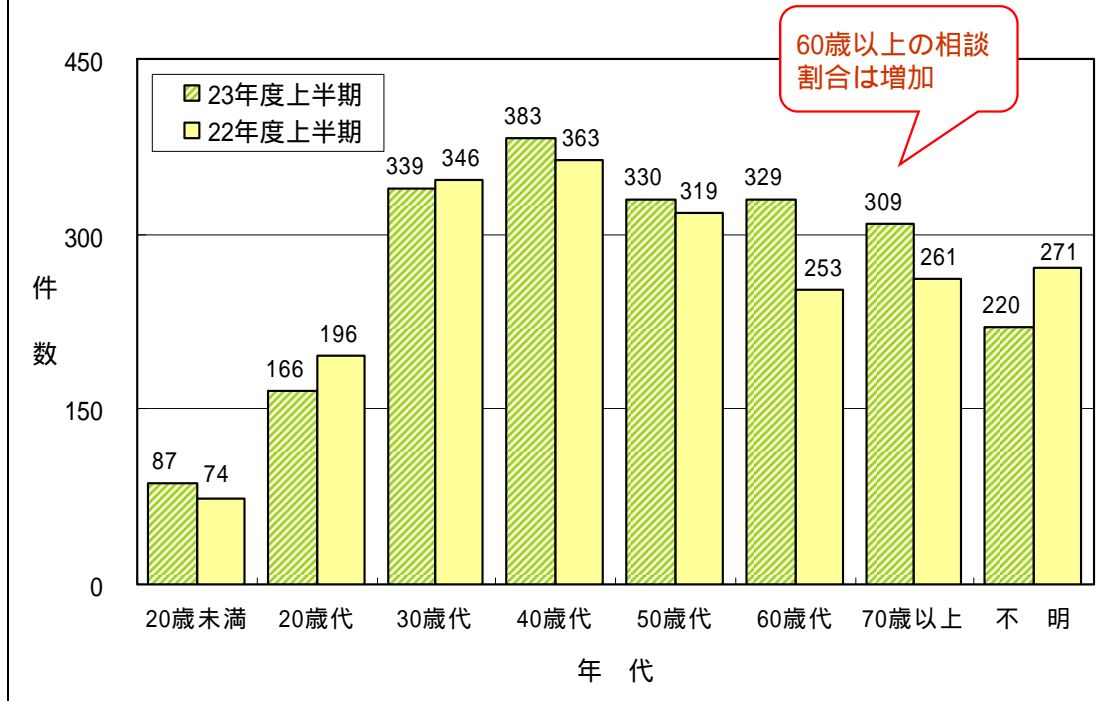


消費者への助言・あっせん・啓発

センターに寄せられた相談件数



契約当事者（年代別）

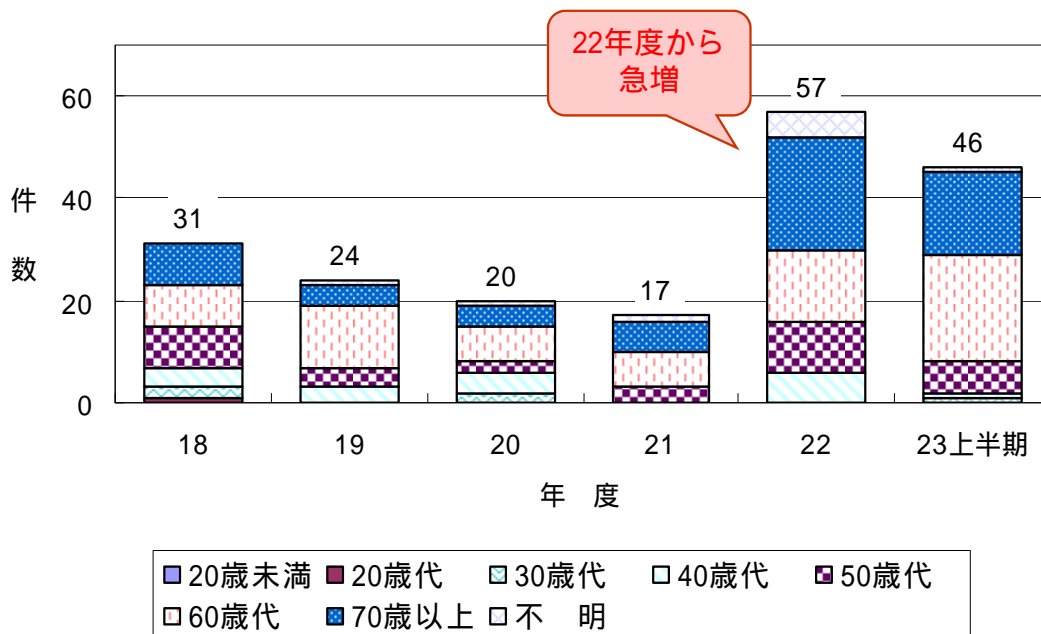


契約当事者（年代・被害別）その2

～ 23年度上半期の年代別特色～

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
1	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	フリーローン・サラ金	住宅関連工事
2	パソコン	借家・賃貸アパート	借家・賃貸アパート	フリーローン・サラ金	フリーローン・サラ金	デジタルコンテンツ	フリーローン・サラ金
3	携帯電話	フリーローン・サラ金	フリーローン・サラ金	借家・賃貸アパート	借家・賃貸アパート	商品一般	商品一般
4	相談その他	四輪自動車	相談その他	相談その他	相談その他	借家・賃貸アパート	相談その他
5		エステティックサービス	四輪自動車	商品一般	商品一般	株	株

株と公社債の年度別・年代別件数



最近の話題（気になる相談など）

利殖商法

- 未公開株及び社債 46件（平成23年度上半期）
- ファンド型投資商品（ の権利等）に関する
- 劇場型勧誘 14件（平成23年度10月末現在）

（確認された）権利の種類と件数

- 水源地の権利・・・7件
- 石炭採掘権・・・3件
- 金鉱山発掘権・・・2件
- 二酸化炭素排出権・・・2件

いったんお金を支払ってしまおうと連絡が取れなくなったり、また、口座凍結しても残高がないことが多く被害回復は、難しい。

<特徴>

- 契約金額が高額になる場合が多い
- 投資経験のない高齢者が被害に合う場合が多い
- 過去に投資被害にあった経験のある高齢者が被害に遭う場合が多い（二次被害）

愛媛県消費生活センター
「消費生活かるた」完成！



ホームページから
ダウンロード
できます。

愛媛県消費生活センター ホームページ <http://www.pref.ehime.jp/ecc/>





消費生活かるた

消費者被害に遭う前に、
困ったときはピピッと相談！

あ	い	う	え	お
か	き	く	け	こ
さ	し	す	せ	そ
た	ち	つ	て	と
な	に	ぬ	ね	の
は	ひ	ふ	へ	ほ
ま	み	む	め	も
や	ー	ゆ	ー	よ
ら	り	る	れ	ろ
わ	を	を	を	を

得をする はずの投資で 損をする



利殖商法

相談事例

突然、A社の未公開株を勧誘するパンフレットが届いた。すると、B社から「A社のパンフレットが届いていないか？ 譲られた人しか購入できない、株を購入してくれたら、後で高値で買い取る」と連絡が入った。すっかりその気になり購入することとし、指定された口座にお金を振り込んだ。その後、音沙汰ないため、業者に連絡したら電話が通じなくなっており騙されたと感じた。

利殖商法とは？

- ・突然送付されたパンフレットをきっかけに「購入してくれたら高値で買い取る」などと複数の業者が登場する手口で勧誘したり、「以前の被害回復させてあげる」などと勧誘を装って、新たな契約を勧誘します。
- ・「未公開株」や「社債」に加え、「水資源の権利」「鉱山、石炭採掘に関する権利」など、社会情勢に合わせて投資対象が多様化しています。

「かるた」を
プリントする

困った時は、ピピッと相談！



消費者トラブルは、
早めにお近くの
消費生活相談窓口
に相談しましょう。
(PiPiからのお願い)

愛媛県消費生活センター相談専用電話 089-925-3700

本日は、ありがとうございました。

4 . 基調講演「消費者の取引と法」

- 民法から消費者法、消費者法から民法へ -

東京大学教授(消費者委員会委員長)
河上 正二



1 民法と消費者法

消費者庁・消費者委員会の設置、消費者法学会の設立、民法(債権法)改正における消費者保護法規範の一般法化・統合化問題など、このところ「消費者法」への関心が急速に高まっている。

そのこと自体歓迎すべきことであるが、同時に、「消費者法」とは何かということが問い直され、何が基本的な理念となって、この問題領域を収斂させているのかということが、改めて論議の的となっている。政治家がスローガンとして「生活者・消費者の目線で」と語るのはよしとしても、そのことが、単なる政策論や運動論としてでなく、これまでの伝統的な市民法秩序と如何なる関係に立つかについての解を見出すことは必ずしも容易でない。ことを民法との関係に絞っても、いわゆる消費者私法が、民法の基本原則を実現するべく形成されているのか、逆に、民法とは基本的に対立する価値基準の下で形成された異質な性格のものとするかは論者によって異なるだろう。ここでは、取引の分野を中心に、民法と消費者契約法の関係に焦点を当てて、考えてみたい。

2 民法が前提とする考え方

しばしば民法は、互換性のある対等当事者による自由な意思決定に基づく法律関係の形成をめざすものであって、契約自由・自己責任・過失責任主義を基盤としていることが強調される。主体となる「人」は、きわめて抽象的で、どちらかというとな理性的な経済適合人を前提とした規律になっている。その意味では、かなり強い人間像が前提となり、その結果、当事者の「自由な意思」が重視され、重大な要素に関する錯誤は無効とするほか(95条)、騙す・脅すといった違法な行為は取り消し可能なものとし(96条)、暴利行為をはじめとする公の秩序や善良の風俗に反する行為のみを契約自由の最外部にひかれた限界として無効とするにとどめている。こうしてみると、フェアな自由競争市場の整備のみが主たる関心事であるように見えるかもしれない。

3 しかし、ここで、問題が、基本原理の実質的貫徹か対抗価値の調整なのかという点を考え直してみる必要がある。たとえば、消費者基本法や消費者契約法の目的規定に見られる「情報の質及び量並びに交渉力等の格差」の存在を前提とした法的介入の正当化は、格差を解消するための市場環境整備と格差によってもたらされる不当な結果の除去をめざすものであるが、それは同時に、「本来の」私的自治・自己決定の回復のためにこそ、消費者支援が求められていることも意味している。こうした方向は、情報・交渉力アプローチによる当事者支援策として語られる、信義則などを媒介にした情報の偏在是正、すなわち情報提供義務・説明義務・助言義務等を事業者側に課する法理の展開や、消費者側における意思決定の充実に配慮したクーリング・オフ制度をはじめとする後悔権のみならず、錯誤・詐欺・強迫法理の拡張と「動機」への顧慮に見られる取消権や無効主張の拡張なども結びついている。

4 また、交渉力格差に基づく不当な結果の回避という点では、公序良俗違反の柔軟化と信義則などによる内容適正化への介入の拡大や約款条項に対する任意規定の半強行法化、様々な顧客の権利主張における主張・立証負担の軽減措置などの解釈論があり、事業者の提携関係・契約結合には「抗弁の対抗」という形での防衛手段を認めている。それらは、部分的に消費者契約法の中にも取り込まれて、条文化されている(不実表示などによる誤認惹起・威迫困惑させる行為の取消し、不当条項規制)。それらは、消費者法における「新しい」法理のように見えながら、基本的には、伝統的な市民法原理をより実質的に貫徹させるための補完的手段であると言えなくもない。現に、こうした法理は、すべて民法の解釈論として展開してきたものなのである。ちなみに、個人的には、クーリングオフ制度さえ、自由な個人がまっとうな判断をすることが

できるように、法が用意した『時間』という名の後見人』に近いと考えている。

5 むろん、「当事者の意思」の捉え方如何では、そうした手法は、個人の自由な活動領域を多かれ少なかれ制限する作用を有し、とりわけ事業者の専門家責任や相手方の利益顧慮義務などは自己の交渉力のカードを相手に示したり、一定の活動に伴うコストを一方的に負担すべきことを要求する結果ともなるために、当事者の自己責任原則とも鋭く対立しかねない(Ex.「買主注意せよ」→「売主注意せよ」)。さらに、昨今問題とされている「適合性原則」は、一定の属性・耐性を備えた者以外を市場から排除するという市場参入規制をも意味しているようにも見える。このように、弱者保護アプローチとでもいうべき社会法・経済政策的規制・市場規制は、どうやら伝統的の市民法原理を修正する対抗原理に裏打ちされているようでもあることが問題を複雑にしている。

6 翻って考えてみると、これまでも民法の中に対抗的価値の調整という発想がなかったわけではない。未成年者や制限行為能力者制度(成年後見制度など)は、まさにそのようなものとして設計されており、民法の中心に据えられた自律した個人としての「人」の観念は、それらの価値対立を包み込む余地を十分に残していた。しかし、自由と公正・公平、弱者保護が、今日ほどに先鋭的かつ普遍的に対立し、その調整手段が意識されてきたわけではない。かつて、商法や労働法の世界が民法とは異質な原理を追求して民法と袂を分かち、更に、局地的に小作人保護や借地借家人保護が論じられたことは記憶に新しいが、消費者法では、全方位で「自然人」たる消費者の生活保護が問題となっているわけである。

7 おそらく、今日の消費者法問題は、単なる特別法領域の分化過程と見るべきではなく、民法そのものにおける当事者、すなわち「人」の観念に、大きな重心移動の変化を生じ、あるいは、そのような変化が求められている結果であるように思われる。「消費者」の位置は、多分に、民法における「自然人」とオーバーラップする。その生活に関わる活動の側面によって、すべての「人」が消費者として法の世界に登場しているといえてよい。その意味では、民法こそが、消費者法の基本法であるべきであって、決して、民法典の中に、2級市民的な「消費者」を生み出すべきではあるまい。民法がもともと「ブルジョアジーの法」というイデオロギッシュな性格を持っていたというのは明らかに言い過ぎであるが、無色であること、自由であることが、結果的に資産のある自立性の高い人に有利に働いてきたことは否めない(それがまた市場を活性化させてきた)。しかし、今日、必要なことは、現実の市場の行為主体に照らして、いささかバイアスのか

かった民法の「人」概念の位置をただし、「生身の人間」を直視することではないか。4人に一人の女性、5人に一人の男性が65歳以上の日本の現代社会で、いったいどのような人間像を基本に据えるべきかは、自ずと明らかであるように思われる。個人的には、むしろ民法の中に消費者用の特別保護規定を入れるのではなく、一般条項として、あらためて、「人」一般を対象に、情報や交渉力の格差に配慮して、民法の各規定の適用を求めるといふ一般条項を導入することこそが望ましいように思われる。

8 「不意打ち条項禁止」を例に

民法と消費者法の関係を考える上で、具体的に、「不意打ち条項禁止」のルールをとりあげてみよう。これは、契約の締結過程の状況に鑑みて、約款(予め事業者によって設定された定型的な契約条件群)に含まれた「非慣行的」で「異常な」条項は、内容的吟味を経るまでもなく、約款の包括的採用合意の射程外におかれ、その拘束力を否定されるというものである。このルールは、約款条項に対する内容規制とは別に、それに先行する先行する問題として、既にドイツ約款規制法などで明文化されている有名な準則である(BGB § 305c)。ところが、この準則は、何故か、わが国では容易には受け入れられない。かつて消費者契約法の制定過程でも、一旦は原案として登場したが、個別事情によって結論が左右されること、射程の不明確さが嫌われた結果、明文化が見送られた経緯がある。いずれにせよ内容の不当な条項が排除されるなら、敢えてこのような準則を定めることは不必要であるとの判断もないではない。また、約款問題の特殊性よりも消費者の交渉力の脆弱さに着目した消費者契約法においては、不意打ち条項の禁止が、開示を前提とした約款の包括的採用ルールの消極的要件として位置付けられる点も、災いした可能性がある。

9 最近、民法(債権法)改正の議論では、民法の中に「消費者」概念を導入するとともに、「約款」概念も取り込むことが提案されている。すなわち、約款の包括的採用要件を定めると同時に、不当な約款条項を無効とする規定群を提案しようというものである。しかし、ここでも不意打ち条項禁止準則は「基本方針」での明文化が提案段階で見送られ、中間論点整理ではトーンダウンした形で顔を出しているに過ぎない(中間論点整理第27(3))。どうも、約款採用合意のレベルでの例外規定を設けることの積極的意味について、十分な理解が得られなかったことにあるらしい。結果的に内容的に不当条項が排除されるのであれば、なにも採用合意の射程を争わせる必要はないし、個別事情への配慮は情報提供義務・説明義務や公序良俗違反の規定等で間に合うからということであろうか。この議論は、公序良俗違反規定があれば錯誤法規定は要らないというに等しい性格の議論であるように思われるが、約款問題の処理の中に、小さ

な法律行為的規制の階層構造を見出すことが、ルールとして煩わしいと考えられたせいかもしれない。比較法的に見ても、韓国約款規制法6条2項2号には、不公正条項の一類型として、不意打ち条項を定め、UNIDROIT(2004)2.1.20条は内容規制に代えて「取引形態などの諸事情に照らして合理的に予期しえなかった性質の条項」は効力を有しないとしており、その体系上の位置づけの問題を抜きにすれば、実質的に不意打ち禁止原則を導入している。我が国の無理解は、単に、理論的側面での問題というより、結果志向の短絡的な立法論のなせるワザのようにも思われる。

この準則の扱いの背景に、「約款が問題となるところでは、もはや当事者の意思や合理的期待を語る必要がない」との判断が潜んでいるとすれば、それは約款を利用した現代型の「契約」において、契約法の最も重要な要素をそぎ落とす結果になりかねない。日本法における約款法の土壌の脆弱さもさることながら、現代の契約法を語る際に、伝統的な民法の基本原則が含み持っていた貴重な価値との接合に対する配慮不足を示しているとする、いささか残念である。

むしろ、現代社会において、通常理解が及びにくい複雑な商品や取引上の仕組みに直面せざるを得ない当事者が、概ね合理的であろうと信頼して包括的に与えた同意の射程が、異常で、非慣行的な内容にまで及んでいることを前提に、論を運ぶことが果たして民法の議論として適切かを今一度検討してみる価値はあろう。積極的な約款採用要件を導入するとしても、個々の条項に対する契約意思の希薄化が否定しがたい以上、せめて拘束力の範囲を顧客が合理的に予期するところに限ることで、通常契約締結の場面に近づけようとする配慮には、それなりの説得力があるように思われる。

10 消費者問題における民法の復権

かつて九州大学におられた原島教授は、不明確準則や不意打ち条項禁止を例に、忘れられつつある民法の基本原則が現代型の契約において復権し、市民法の原理を守ることで、むしろ問題解決に迫ることができることを強く指摘された。不意打ち条項禁止ルールのみ文化という問題一つをとっても、そこには、伝統的契約理論の基礎にある「合意」に対する基本的な解釈者の姿勢が反映しているように思われる。個別の契約に直面する生身の人間の意思的活動を直視するとき、約款の採用要件とその内容規制とは決して同一レベルで論じうる問題ではなく、内容の不当性に一元化される問題でもない。個別事情への配慮に基づく問題解決と、客観的で一律の問題処理の役割分担もきちんと考えていくべきである。

11 たしかに、これまでの日本における契約法では、錯誤法、例文解釈、公序良俗論が、様々な要素を取り込んでブラックボックスに問題を投げ込んできたことが反省されねばならない。しかし、グローバル化を前面に押し出して伝統的契約理論とは異質な世界を御都合主義に構築する以前に、合意原則の危うさ、生身の人間の意思的作用の限界(bounded rationality)を直視し、人間本来の脆弱さにも配慮しつつ民法理論そのものを復権させてこそ、消費者私法は、そのしかるべき位置を獲得できるように思われる。民法の改正法では、人を分節化して、「消費者」という概念を民法に導入し、消費者契約法から、消費者に特別の規律を民法に置くことが検討されているが(中間論点整理第62)、そのことが長い目を見た場合に、消費者の契約の健全な発展にとって、適当であるかには大いに疑問があるように思われる。

【文献】

- ・石田喜久夫編・注釈ドイツ約款規制法[改訂普及版](同文館、1999年)42頁以下
- ・内田貴①「消費者と債権法改正」消費者法ニュース80号111頁(2009年)
- ・内田貴②・債権法の新時代―「債権法改正の基本方針」の概要(商事法務、2009年)
- ・加藤雅信「民法改正と消費者法」消費者法ニュース80号
- ・河上正二①・約款規制の法理(有斐閣、1988年)229頁以下
- ・河上正二②「民法における消費者の位置」現代消費者法4号47頁以下(2009年)
- ・桑原茂樹「約款に関する錯誤および不意打ち条項」法学政治学論究[慶応義塾大学]50号169頁以下(2001年)
- ・後藤卷則①「消費者法のパラドックス」法時80巻1号(2008年)
- ・後藤卷則②「民法改正と消費者法」新世代法政策額研究2号59頁以下(2009年)
- ・三枝健治「UCC第2編改正作業における約款の「採用」規制の試み―「内容」規制との関係を念頭に(1)～(5・完)」法政理論[新潟大学]37巻3=4号80頁、38巻3号14頁、4号1頁、39巻1号95頁、3号209頁(2005年～2007年)
- ・原島重義「約款と契約の自由」現代契約法大系(1)現代契約の法理(1)37頁(有斐閣、1983年)
- ・松本恒雄①「民法債権法改正と消費者」消費者法ニュース79号289頁(2009年)
- ・松本恒雄②「民法改正と消費者法」現代消費者法4号4頁以下(2009年)
- ・民法(債権法)改正委員会編・債権法改正の基本方針(別冊NBL126号、2009年)
- ・民法(債権法)改正委員会編・詳解債権法改正の基本方針(1)(商事法務、2009年)
- ・山本豊「消費者契約法のアイデンティティー」現代消費者法1号57頁(2008年)