

消費者委員会
消費者契約法専門調査会
第3回議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会 消費者契約法専門調査会（第3回） 議事次第

1. 日時 平成27年1月16日（金） 16：00～17：55

2. 場所 消費者委員会大会議室1

3. 出席者

（委員）

山本敬三座長、後藤卷則座長代理、阿部委員、井田委員、大澤委員、沖野委員、
河野委員、古閑委員、後藤準委員、増田委員、丸山委員、山本健司委員

（オブザーバー）

消費者委員会委員 河上委員長、石戸谷委員長代理、橋本委員

法務省 中辻参事官

国民生活センター 松本理事長

（消費者庁）

服部審議官、加納消費者制度課長、山田取引対策課長

（事務局）

黒木事務局長、井内審議官、金児企画官

4. 議事

（1）開 会

（2）議事

○委員からのプレゼンテーション（丸山絵美子委員）

○意見交換

（3）閉 会

《 1. 開 会 》

○金児企画官 本日は、皆様お忙しいところをお集まりいただきありがとうございます。

ただいまから「消費者委員会第3回消費者契約法専門調査会」を開催いたします。

本日は、所用により柳川委員、山本和彦委員が御欠席、沖野委員が遅れての御出席との御連絡をいただいております。

まず、配付資料の確認をさせていただきます。

議事次第の下に配付資料一覧がございます。

資料1が前回の専門調査会において出された主な意見の概要です。

資料2が、消費者契約法専門調査会の当面の予定の案。

資料3が、丸山委員からの提出資料です。

このほか、卓上のみになりますけれども、資料4、後藤委員からの提出資料、資料5-1-1という山本健司委員からの提出資料、前回の資料になります。こちらは、丸山委員からの御説明の中で引用されている部分がありますので、配付させていただきます。

配付資料は以上です。もし不足がございましたら、事務局へお声がけをお願いいたします。

それでは、ここからは山本座長に議事進行をお願いいたします。

○山本（敬）座長 それでは、始めさせていただきます。本日もよろしくお願いいたします。

まず初めに、先ほども資料の確認がありました。前回、委員から出されました御意見について事務局から確認をお願いいたします。

○事務局 では、資料1をごらんください。

前回の専門調査会では、今後の検討の進め方や個別の論点、あるいは民法、その他の個別法との関係等に関しまして、御意見を出していただきました。その御意見につきまして、ここに整理させていただきますので、御確認をお願いいたします。

○山本（敬）座長 よろしいでしょうか。

続きまして、資料2の「消費者契約法専門調査会の当面の予定（案）」について事務局から説明をお願いいたします。

○事務局 では、資料2をごらんください。

先ほどの資料1にも整理させていただきましたが、委員の皆様からの今後の検討の進め方についての御意見を踏まえまして、また前回会議後、本日までの間にさらに委員の皆さんに御相談させていただいた上で、本専門調査会の当面の予定をより具体的にしましたものでございます。

まず、第6回までの日程でございますが、ここに記載しておりますとおり、本日の後は1月30日、2月13日、3月6日にそれぞれ開催することを予定しております。ただし、審議の状況等によっては変更する可能性がございますので、この点は御留意ください。

そして、このような日程において、中央に記載しておりますように、契約締結過程に係る規律に

関する具体的な提案のほか、契約条項の内容に係る規律に関する具体的な提案、消費者契約法と民法及びその他個別法との関係、その他、ここに記載しております主なテーマについてテーマ設定して、委員からのプレゼンテーションを実施していくという進行を予定しております。あわせて、これらのテーマに関して、消費者契約法の見直しに向けた具体的な提案などについての意見交換を実施していただきたいと思っております。

さらに、プレゼンテーションや意見交換で示された事項について、必要に応じて事業者団体や消費者団体からヒアリングを行おうと思っております。方法としては、事務局において意見聴取を行い、その内容を反映するという形も含めて検討させていただきたいと思っております。

また、このような審議日程を経た後で、さらに個別の論点ごとの詳細な検討を進めていきたいと考えております。

説明は以上でございます。

○山本（敬）座長 ありがとうございます。

それでは、今、事務局から説明のありました当面の予定について、もし委員の皆様から御意見がありましたらお出しただければと思いますが、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、この専門調査会は、当面の間、この資料2に挙げてありますような予定に従って進めていきたいと思っております。よろしく願いいたします。

《2. 丸山絵美子委員からのプレゼンテーション》

○山本（敬）座長 それでは、本日の議事に入ります。

本日は、委員からのプレゼンテーションとして、丸山絵美子委員から、消費者契約法における契約締結過程の規律を中心にした具体的な御提案をいただきたいと思っております。丸山委員から御報告いただいた後、これをいわば議論のたたき台としまして、消費者契約法における、特に契約締結過程の規律のあり方について問題点を明らかにして、具体的な見直しの方向性などについて意見交換を行いたいと思っておりますので、よろしく願いしたいと思います。

それでは、丸山委員、お願いいたします。

○丸山委員 それでは、資料に沿って説明をさせていただきたいと思っております。なお、今回のプレゼンは、個人的な検討に基づきまして問題提起をさせていただくという趣旨でございます。この点、お断りさせていただきたいと思っております。

まず、I 個別規定の改正における論点というところをごらんになってください。

まず、1で、誤認取消権の改正について扱っております。これは、現行法で言うところの消費者契約法4条1項2項の改正にかかわる論点を取り上げたいという趣旨でございます。誤認取消権においては、消費者が正確な認識を欠如しているという状況で契約を締結してしまっている。これは、意思表示の瑕疵に関する規定として位置づけられています。そのコンセプトを基本的には維持しつ

つ、次のような改正の提案が考えられるのではないかとこの提案の仕方になっております。

まず、(1) 不実告知取消権、現行法の4条1項1号の改正論点の提起です。現行法4条1項1号につきましては、次のような改正をしてはどうかという問題提起をしております。

第1に、これは4条1項2項全体について言えることですが、「勧誘をするに際し」という要件を削除することを考えてはどうか。趣旨としましては、事業者の誤認惹起行為が販売促進活動の一環か、契約交渉活動の一環かによって区別する必要はなく、例えば広告やパンフレットの記載も消費者の意思表示の形成に働きかけ得るものですから、それによって消費者が誤認して契約した場合については、取消しを認めることができるという方向に持っていったらどうかという提案でございます。

具体例としましては、現行法でも解釈上の争いはもちろんあると思うのですが、適用例1のような事例についても対応できるということを個人的には考えているということでございます。

次に、この消費者契約法4条1項1号にかかわる改正の問題提起、論点の指摘としましては、不実告知取消権に関して重要事項の限定を外すという提案をしております。重要事項に関しては、現在、消費者契約法4条4項において1号2号という形で限定列举が付されているのですが、この1号2号という形で並べられている限定列举を削除してはどうかという提案でございます。趣旨としましては、事業者の積極的な不実の情報、つまり不実告知によって消費者が誤認する場合は、消費者の契約締結の判断に通常影響を及ぼす事項であれば、取消しが認められてよいということで、あえて1号2号という限定を付す必要はないだろうという問題提起であります。

具体例としては、現行法においては取消しできるのかできないのか、争いがあるような例を例2として挙げておりますが、このような例2の事例については取消しできるという方向で、それを明らかにするような改正をしてはどうかという提案となります。

続けて、やはり誤認取消権になりますが、現行法で言うところの4条1項2号、断定的判断の提供の取消しについては、次のような改正の論点の提起をしております。現行法で条文としては要件として書かれているところの「金額その他の将来における変動」という要件を削除してはどうかといった提案をしております。なぜこういった提案をするのか。その趣旨についてですが、断定できないことを断定するという事業者の行為態様の問題性の高さを捉え、また、消費者・事業者間の情報格差を踏まえれば、事業者の判断を鵜のみにするような消費者にも取消しを認めてよいとするのが、この4条1項2号の趣旨であるならば、財産上の利得にかかわるような事例に適用事例を限定する必要はない。その旨を条文上も明らかにしたいというのが提案の趣旨でございます。

例えば、現行法の規定によっては取消しできるかどうか争いがあるような適用例3のような事例につきましても、消費者契約法4条1項2号で対応することができるという方向に持っていったらどうかといった提案をしているということでございます。

次に、現行法で言うところの消費者契約法4条2項に関する問題提起に進みたいと思います。私が提案している条文というのは思料2ページに記載しているのですが、現行法と対比した場合にどういった特徴があるのかという点を、3ページに示しております。私の条文提案の特徴としましては、現行法に存在する要件としての故意の要件を削除する。また、利益告知（先行行為）の要件を

削除する。しかしながら、重要事項の限定、4条4項1号2号列挙事由というものは残してもいいのではないか。つまり、不実告知の場合と、情報の不提供、すなわち事実の不告知の場合とでは、取消しできる対象自体は不提供のほうが限定されるという提案でございます。

趣旨としましては、事業者が当然保有し、対価性判断や契約の基本的な仕組みの理解に影響を与えるような中心的な事項。現行法の消費者契約法4条4項1号2号で列挙されているような事項であって、消費者が当然に情報を保有していないような事項については、これは情報格差に鑑み、事業者が情報を提供しなかった、それで、消費者が誤認したまま契約したという場合については、契約の取消しを認めてもよいのではないかと考えております。この場合に、さらに故意とか利益告知の先行行為を要求する必要はないのではないかと考えております。

他方で、積極的に虚偽の情報を提供する場合とは異なり、情報の不提供を問題とするわけですから、対象は限定してよいのではないかと考えます。例えば、先ほど不実告知の事例として例2というのを挙げているのですけれども、事業者が多機能つき電話機を販売する場合に、積極的に黒電話はまだ使えますよということを情報提供する必要はないけれども、逆に不実告知の場合は虚偽の情報を与えてはいけないといった条文提案の仕方をしていることとなります。ただ、この消費者契約法4条2項をどのように改正したらいいのかという点については、従来の改正にかかわる議論・検討においても意見は収れんしていないと私自身も理解しております。

そこで、そのほかの立法バリエーションとしましては、資料に記載のとおり、例えば故意の事実不告知を要件とする、すなわち、特商法モデルを消費者契約法で取り入れるという案、あるいは、2番目のバリエーションとしましては、故意要件は削除するが、しかしながら、利益告知の先行行為要件は維持しつつ、重要事項の限定列挙は削除するといった案、さらに、端的に情報提供義務違反について、その取消しという効果を認めるという案も出されているところでございます。

それぞれの案にどういった特徴があるのかという点については、前回の後藤委員の資料、資料4として配られている5～8ページの検討に非常に詳細な情報や比較検討が含まれておりますので、そちらでそれぞれの違いを確認していただいた上、さらにすべき作業としては、各提案によって実際に取消しが認められる、認められない事例というのは違って来るように思われますので、具体的な事例や相談例などを少々用いて、各提案の違いを精査していく必要が今後あるのではないかと考えております。

例えば、私の立法改正提案によりますと、適用例の検証というところで、資料の例4の事例や例5の事例というのは問題なく取消しに乗ってきそうな事例ということで紹介しているのですが、例6については、私の立法提案だと改正後も取消しの対象となるかどうかは難しいところだと考えております。

さて、以上が消費者契約法4条1項2項の誤認取消権に関する改正論点、問題提起ということでしたが、次に、現行法で言うところの消費者契約法4条3項、困惑取消権の改正の問題に入っていきたいと思っております。困惑取消権というのは、基本的には消費者が困惑をしまして、自由な意思決定が欠如しているということで、意思表示の瑕疵に関する規定の一つとして強迫の拡張という形で位置づけられているものです。やはり、現行法のコンセプトは変更しない、維持するという形で、

しかしながら、次のような改正が考えられるのではないかという提案をしております。

具体的な改正のポイントは4ページになりますけれども、現行法では、不退去・退去妨害の場合に取消し対象が限定されておりますが、これを例示化して、さらに一般的に威迫的な勧誘、または迷惑を覚えるような方法での勧誘によって消費者が困惑した場合に取消しを認めるという形で改正を検討してはどうかという問題提起をしております。

趣旨としましては、契約締結を拒絶することによって事業者からもたらされる不利益を回避するため、消費者は、やむなく契約締結に同意するケースを困惑取消権が扱うケースと位置づける。こういうケースについては、交渉力格差に鑑みて強迫要件を緩和して取消しを認めてよいという発想がある。このように考えるのであれば、意思決定の任意性を妨げる「困惑」という心理状態をもたらす事業者の不当な行為というのは、不退去・退去妨害の場合に限定されないということになりますので、これを例示化して一般的な要件を立てるといった提案になっております。すなわち、現在では例7のような事例というのは対応しがたいわけですが、これも消費者契約法4条3項により対応するという方向の提案となっております。

さらに、消費者契約法における契約締結過程の規律としまして、現行法の改正という観点のみならず、状況濫用あるいはつけ込み取消権というものを新たにつくってはどうかという提案をしております。これが資料3の提案です。

新たな提案ということなので、条文を読ませていただきますと、「消費者契約の締結において、事業者が消費者の経験若しくは知識の不足、判断力の低下、依存状況など当該消費者が合理的な判断ができない状況を不当に利用して勧誘することにより、又は、事業者が当該消費者が困窮・切迫などの状況にあることにつけ込むことにより、当該消費者が、当該勧誘がなければ締結しない又は消費者にとって不当に不利な内容となっている当該消費者契約の申込みまたはその承諾をしたときは、当該消費者はこれを取り消すことができる」といった条文を設けてはどうかという提案でございます。

提案の趣旨としては、今までの誤認や困惑では対処し切れないような事例でも、対応の必要性があるのではないかという発想に立っております。交渉力格差のほか、消費者の脆弱性、判断力や経済的耐性などの弱さをも考慮して、今までの民法の制度や理論で言うところの意思無能力、暴利行為、適合性原則、もしかすると強迫も総合考慮した上で、それらを拡張するというコンセプトの下、状況濫用（つけ込み）に対応できる規定を設けてはどうかという提案となっております。

主として参考としているのは暴利行為論ですが、恐らく暴利行為論の拡張によって把握できる類型というのは2種類のもが含まれているのではないかと考えました。このような議論は、消費者契約法の履行過程で既に指摘されてきたところです。そういった2種類のもが含まれているのではないかと考えた上で、条文上、2つのケースを分けて扱うということをしております。

1つが、消費者が十分な合理的判断ができない状況がある。事業者がそれを不当に利用することによって、消費者は本来不要な、あるいは不当に不利な契約であると気づかないまま契約を締結してしまっているというケースです。消費者には合理的な判断力という点において問題があり、事業者にはその非良心的な態度に問題があるケースです。

状況濫用の2つ目のケースというのは、困窮とか切迫しているため、事業者の提示する条件が自分にとって不利な内容の契約とわかっていても、契約しないことのほうの不利益が大きく、やむなく契約締結を選択するというケースです。消費者にはその自由な意思決定において問題があり、事業者にはその非良心的な態度に問題があることとなります。

この状況濫用の①と②を条文上意識的に分けていますが、資料の5ページで適用例として挙げているのは、例8、例9、ともに状況濫用の①のケースの具体例になります。私のほうでは、現在、②に当たるような近時の消費者トラブルがすぐに念頭に浮かばなかったもので、それが欠けているという状況になっております。例8と例9については、仮にこういった条文ができた場合には、状況濫用の①に当たるものとして対応していくことが考えられるのではないかとといったものとして挙げている例になります。

以上が現行法の改正にかかわる問題提起と、あとは現行法に加えるとするならば、こういった規定があり得るのではないかとという問題提起でした。次にⅡとしまして、相互関係が問題となる法規定の提案について、少し整理を行っております。

1では、情報提供義務の規定と誤認取消権の規定をどのように位置づけるべきかという点を問題提起させていただいております。

そもそも情報提供義務というものを法的な義務として消費者契約法に規定するのか、そして義務違反の効果も消費者契約法に定めるべきか、それをいかに定めるべきかという点については、意見は収れんしていない状況です。

1つの考え方として、私が考えたところは、例えば判例においては情報提供義務が肯定されて、損害賠償責任が帰結されている現状において、消費者契約法が情報提供義務を努力義務にとどめて規定するのはおかしいのではないかと。少なくとも、法的義務として損害賠償責任に帰結するような形で3条の改正を考えてはどうかという問題提起をしております。

そして、誤認取消権の規定との関係としましては、仮にそういった方向で改正した場合は競合というのが生じると思いますが、情報提供義務の規定のほうが、取消規定よりも広い範囲をカバーしつつ、過失相殺などによる効果の調整は妨げられないということになるのではないかと思います。

しかしながら、法的な義務化をして損害賠償責任を帰結するという形にすると、民法709条で足りるのではないかとといった御意見がもちろんあり得るところでございます。それに対しては、情報提供義務の存否や内容を確定するに当たり、消費者契約法の特性を反映させるべきことを法定していくといった試みには意味があるのではないかと考えておりますが、この点については私自身も考えが固まっているところではございませんので、むしろ御意見をいただければと思っている点でございます。

次に、個別規定のところでも提案しました、拡張された威迫困惑類型と状況濫用との関係。さらに、従来の議論において提案として出てきている不当勧誘の一般条項、消費者公序、これらの関係をどのように整理すればいいのかという問題を2では扱っております。

まず、威迫困惑類型と状況濫用類型との関係でございます。4条3項の改正という形で提案している威迫困惑類型というのは、これは契約締結時において、消費者は当該商品やサービスを欲して

いるわけではなく、事業者自身もたらしている面倒や不利益から逃れるために、自由な意思決定が抑圧されたまま、契約締結の意思表示に至るケースを扱うものとして整理してはどうかという提案をしております。消費者は、困惑という心理状態のため自由な意思決定が欠如し、かつ、事業者自身が、消費者が困惑に至るような不利益をもたらしているという類型でございます。

それに対して新設を提案している状況濫用にどのような特徴があるのかということ、まず状況濫用の①「判断力不足」、「経験不足」、「心理状況」などが濫用される場合ですけれども、これは契約締結時において、消費者は当該商品やサービスを必要あるいは欲しいと思って契約しているかもしれませんが、契約締結時点で合理的な判断ができない状況であったため、自己にとって本来不要な契約であると気づかなかつたり、不当に不利な契約と気づかないまま契約を締結している。事業者は、その状況を不当に利用して契約締結に持ち込んでいるという場面を扱うものです。

事業者が当該状況を自己の行為によってもたらしていることは、要件ではありません。判断力不足や高齢とか認知症というのは消費者自身の事情でありますので、事業者自身はその状況を惹起していることは要件となっていません。ただ、恋人商法など事業者が一定の状況に消費者をわざと陥れて、その心理状況をさらに利用するという場合については、「不当に利用し」という要件が直ちに認定されることになるのではないかと思います。これが状況濫用の①が扱う事例類型です。

それに対して状況濫用②が扱う事例というのは、困惑・切迫状況へのつけ込みなので、威迫困惑類型と同様に、契約締結を拒絶することの不利益のほうが大きいので、それを免れるために、不本意ながら事業者が提案する、例えば高い値段みたいな条件で契約の締結をしています。当該契約の客体、商品とかサービス自体は欲しているという状況でございます。ただ、前提となる困窮・切迫状況を事業者もたらしているわけではないという点で、威迫困惑類型とは区別できるのではないかと考えております。

威迫困惑類型の場面と、状況濫用の場面というのは、こう説明すると重複しないようにも思えるのですが、ケースによってはどちらに当たるかが微妙なので、選択的な主張がされることはもちろんあり得るのではないかと思います。また、重複する事例というのももしかしたらあり得るかもしれませんので、この点も議論する必要があるのではないかと思います。

最後に、そのほか、契約締結過程の規律として、不当勧誘の一般条項や消費者公序というのをさらに設ける必要があるのか。この点については、状況濫用取消権をうまく整備できれば、多くの不当勧誘事例に対応できるのではないかという感覚は持っておりますが、仮に消費者公序の規定や、そのほかの不当勧誘行為もカバーして民事ルールに結びつけるといった提案を考える場合については、理論的な整理をもう少し詰める必要もあるのではないかといった感想を持っております。

さらに、思いつきの域を出ないかもしれませんが、問題のある不当勧誘行為を列挙していくことにも限界があるとするならば、消費者保護法規違反をした場合について、損害賠償責任に結びつけるようなルールを消費者契約法において整備する、消費者保護法規違反による損害賠償責任の一般的な規定を置くという発想もあり得るのではないかといった指摘もさせていただいております。

私からの説明は、以上でございます。

《 3. 意見交換 》

○山本（敬）座長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまの丸山委員からのプレゼンテーションを受けて意見交換を行いたいと思います。丸山委員からの御報告は、大きく分けると2つの部分から構成されています。1つは、資料3の1ページからの「Ⅰ 個別規定改正における論点」でして、各論点におけるこれまでの検討状況などを整理して、改正に向けた具体的な提案を示していただいています。もう一つが、資料3の5ページからの「Ⅱ 相互関係が問題となる法規定の提案について」で、規律の相互の関係が問題になる、理論的にも実務的にも整理が必要となると考えられる点につきまして検討を行っていただいています。

具体的にこれからの意見交換をどのように行うかですが、基本的にはこの順序で進めていきたいと思います。ただ、Ⅰの切り方は少し難しいところがありますが、最後のⅢの「3 状況濫用（つけ込み）取消権」はⅡの「2 威迫困惑、状況濫用」と、特に前半部分と密接に関係しています。そこで、以下では、最初にⅠの1ページの「1 誤認取消権の改正」と、3ページの「2 困惑取消権の改正」をひとまずまとめて御議論いただく。続いて、4ページの「3 状況の濫用（つけ込み）取消権の創設」と、5ページのⅡの「2 威迫困惑、状況濫用」等の前半部分をまとめて御議論いただく。最後に、Ⅱの「1 情報提供義務規定、誤認取消し規定」と、その次のⅡで積み残した後半部分の問題をあわせて御議論いただくと考えていますが、それでよろしいでしょうか。

まず、最初のⅠの1と2について、意見交換を行っていただければと思います。この部分については、具体的な改正提案をお示しいただいていますので、実務への影響を踏まえた要件のあり方などについて積極的に御議論いただければと思います。ただ、言うまでもないことですが、これらの論点については今後も繰り返し議論していくこととなりますので、今日議論し尽くさなければならぬというものではありません。今後議論を進めていく上で明らかにしておくべきポイントを中心に御意見をいただければと思います。

それでは、御意見あるいは御質問のある方は御発言をお願いいたします。阿部委員。

○阿部委員 1ページの①「勧誘をするに際し」要件の削除ということですが、仮にこのようなことをした場合、事業者のどこまでの行為が取消しの対象になり得るのか。例えば広告といっても、特定の商品、サービスにかかわる広告を超えた企業のイメージ広告みたいなものもあるし、そもそも広告を出している事業者と実際に消費者取引する事業者が違う場合があるわけでありまして。仮にこのような「勧誘をするに際し」という要件を削除した場合に、一体どこまでが消費者契約法で取消しの対象となり得る行為になるのか、この辺、何か線が引けるというお考えはありますか。これは質問です。

○山本（敬）座長 丸山委員からお答えは何かありますか。

○丸山委員 特に広告の種類で何かをあらかじめ限定するか区別するということは考えておりませんでした。イメージ広告だから適用除外とするといったことを、あらかじめ条文化するといったことは全く考えておりませんでした。

○山本（敬）座長 この点について、ほかに御意見がありますでしょうか。古閑委員。

○古閑委員 今の「勧誘をするに際し」のところで、ほかの箇所もあるのですけれども、とりあえずそこに絞らせていただきます。私も質問になりますが、例えば小売で物を売られている場合に、例えばスーパーマーケットみたいところで単に物が置いてあるだけということが多くて、たまに販売員の方がいらっしゃることもあるのですが、勧誘というほどの勧誘を特段やっていないケースがあると思います。

その場合に、メーカーが広告みたいなものをつくったり、あるいは広告すらつくっていないで、パッケージに広告的なことがちょっと書いてある場合に、勧誘は小売さんはしていないわけですが、仮にこの問題が発生するとして取消しができることになった場合、消費者として契約関係にあるのは小売さんなので、小売さんとの間で取消しを申し出るということに多分なるのですね。

その場合は、この案ですと、小売としては取消しされたくない場合には、例えばメーカーの説明が足りないと思ったら、不利益事実の不告知にならないように、こんなにいいことばかり書いてあるけれども、これも書かなきゃと、小売はそういった努力を自分でしなきゃいけないのか、その辺はどういう整理になるのか、教えていただけますか。

○山本（敬）座長 よろしいですか。

○丸山委員 整理の仕方としましては、契約でございますので、おっしゃるように売り主と消費者が契約しているとなると思います、取消しできる場合というのは、その売り主が不実告知をしている場合になると考えられます。ご質問のメーカーの広告というものが、果たして売り主の不実告知と言えるのかどうか問題であり、おそらく解釈上の問題というのは出てくると思います。ケースの特徴によって、主体として売り主自身が不実告知をしているわけではないという整理になる場合には、それは5条のほうで別の主体が不実告知をしている場合の問題として整理されていくと思います。いずれにしても、最終的な責任主体がメーカーであれば、何か小売に極端な負担がかかるみたいな方向にはならないのではないかと思います。

○山本（敬）座長 それでは、今の点あるいはほかの点についていかがでしょうか。後藤委員。

○後藤（巻）座長代理 不利益事実の不告知のところで、基本的に非常によい整理だと思います。故意要件と利益告知要件を削除する。そのかわりに重要事項の範囲を限定的にとらえるという方向は、従来の4条4項1号、2号の条文とも整合し、非常に魅力的だと思ひまして、考慮すべき提案だと思います。

これは、質問というか、このことはどうお考えですかということでお聞きしたいのですが、こういう重要事項の限定という形で不利益事実の不告知を構成するとして、事業者の故意の認定ができる場合というのは、重要事項の限定ということをつけなくても、故意があるということから取消しを認めるというのも一つの方向であって、その場合については、民法の考え方で沈黙による詐欺というのが認められていますので、民法の考え方を確認するにすぎないという言い方もできるかもしれませんが、民法の基本書・体系書では、沈黙による詐欺もあるということは書いてありますけれども、判例で実際に認めたものはほとんどないということから見ると、消費者契約法で故意の事実不告知ということを規定するのも意義があるのではないかと思います。

そうであるならば、どれか1個ということではなくて、御提案されたものと、それから故意の事実不告知で「重要事項の限定列挙も削除？」と書いてありますけれども、そういう2方面から規定するというのも一つのアイデアだと思うのですが、その点いかがでしょうか。

○山本（敬）座長 丸山委員。

○丸山委員 御指摘いただいた点は、私自身もそのとおりだと思っております。実は、資料の3ページで私が提案している①と、ほかの立法バリエーションというのは、排他的な関係にないものが多く、両方について立法するという選択肢も、調整は必要かと思いますが、あり得るものであると私自身も理解しております。

故意という要件を残して、特商法モデルを消費者契約法に取り入れるという案も、もちろん魅力的な案ではありますが、故意要件を残すような案にした場合、実務的な使いやすさという点がどういふものなのかという点も、実務家の方や相談員の方から意見を聞いたほうがよい点であると思えます。他の提案を排除する趣旨ではありません。私自身は、故意が立証できるなら、詐欺で対応できるのではないかとは思いますが、民法は使いづらいついた事実があれば、御指摘の提案はごもつともであると思えます。

以上です。

○山本（敬）座長 それでは、今の点あるいはその他の点について、いかがでしょうか。大澤委員。

○大澤委員 私からは、断定的判断の提供と不実告知の2点について、まとめて、半分感想で半分質問のようなこととなりますけれども、丸山先生の御提案に基本的には賛成というか、この方向でいいのではないかと考えております。今の重要事項につきましても、限定列挙というか、列挙されていることでより限定的であるとか、あるいは断定的判断の提供につきましても、財産的なことに限定されていると、少なくとも条文上読めるというのが非常に限定的でよくないというのは、私も常々思っておりますので、基本的な方向性としては賛成なのです。

ただ、1点気になるところがありまして、重要事項のところであれば、例えば通常影響を及ぼすような事項という言葉が使われていますし、断定的判断の提供ですと、不確実な事項という言葉で要件をつくるということだと思っておりますが、これで幅広くなり過ぎるというか。もちろん民事ルールなので、解釈に任せるのだということであれば、それは確かに一つの方向だとは思いますが、逆に今度は曖昧過ぎるのではないかという意見が出ないか、そういうことを若干懸念しております。

といいますのも、適用例3、「確実に成績があがります！」というパンフレットです。「確実に」という言葉、日本語の捉え方かと思うのですが、例えばこれが「偏差値が今よりも20アップします」と数字を使ったり、「確実に難関大に受かります」という言い方であればわかるのですが、確実にという言葉の捉え方だと思うのです。まさしく先生御自身が、許容されるべきセールストークとの境界が曖昧であるということをお書きになっていますけれども、そういった今のような疑問というものが出るのではないかという懸念を若干持っています。私自身、方向性としては反対する気は全くないのですが、恐らく今後、この要件のつくり方というのは議論すべきなのではないかと感じております。

もちろん現行法のような列挙する形の要件がいいとは、私、思っていないんですが、通常影響を及ぼすような事項であればとか、不確実な事項につきということだけで果たして十分かどうかというのが、個人的にはちょっと気になっておりますので、そのあたりを今後議論すべきじゃないかなと考えました。

以上です。

○山本（敬）座長 どうもありがとうございました。

それでは、今の点あるいはその他の点について、いかがでしょうか。山本委員。

○山本（健）委員 まず、誤認取消権については、これまでに重ねられてきている議論からも、不実告知に関するあるべき法改正の方向性は、「勧誘をするに際し」要件の削除、重要事項における限定列挙の削除だと思われまます。また、断定的判断の提供に関するあるべき法改正の方向性は、「金額その他の将来における変動」要件の削除だと思われまます。その点、今回の御提案の方向性に賛成でございます。

あとは、ワーディングないし要件の問題ですけれども、前回御報告の日弁連試案も、丸山委員の本日御提案の条文案と重なり合う部分が相当程度ございます。このような方向性の条文案での取りまともめを検討していただきたいと思ひまます。

不利益事実の不告知については、故意要件を削除して、不利益事実の不告知条項を現在よりも使ひ勝手なよい条文にすべきであるという御提案内容に賛成でございます。

あとは、先行行為要件をも削除するか、重要事項を限定するかといった要件論の問題ですけれども、いずれもあり得る考え方であると思ひまます。丸山委員も示唆されておられるように、具体的な事例から各提案の相違を精査し、最もよい条文はどれかという観点から今後検討を重ねて、最終的な結論を決めるのがよいのではないかとと思ひまます。この点、日弁連試案は、先行行為要件を残存させて、重要事項については限定しないという提案内容でございます。重要事項については不実告知と同じほうがわかりやすいのではないかと、動機部分でも重要な不告知はあるのではないかと、先行行為要件を残存させることで適用範囲が相当程度に客観的に明らかになるのではないかとといった観点からの提言でございます。あわせて今後ご検討いただきたいと思ひまます。

なお、先行行為要件を残せば、例4のような事案に対応できないのではないかとという疑問もあるかもしれまます。けれども、このような問題事例では、「風光明媚である」とか「別荘地に最適なきれいな自然環境である」といった利益となる旨も告げられていることが実際には多いと思われまますので、実務上は問題なく適用できるのではないかと考えております。

次に、困惑取消権に関するあるべき法改正の方向性は、不退去・退去妨害以外の非身体拘束型の困惑惹起行為への適用範囲の拡大かと思ひまます。その点、本日の御提案の方向性に賛成です。ワーディングないし要件論に関しても、本日の御提案で、威迫的な言動、迷惑を覚えさせるような勧誘とされている点に賛成でございます。これらに加えて、日弁連試案では、靈感商法を主に念頭に置いて、不安にさせる言動、心理的な負担を与える言動も列挙しております。あわせ御検討賜りたいと思ひまます。

以上です。

○山本（敬）座長 ありがとうございます。

それでは、沖野委員。

○沖野委員 不利益事実の不告知について、教えていただきたいことがございます。

丸山委員のお考えのような形での提案になりましたときに、情報提供義務違反の構成とどう違うのかという点でございまして、とりわけ、これが取消しと結びつくことになると、意思決定に影響を与えるような事項に限られてくると思われまので、この関係について少し補足をしていただければと思います。

関連してですけれども、現行法の不利益事実の不告知類型をどのように位置づけるかということが、そもそもの問題にあるように思われます。解釈の可能性は幾つかあると思うのですけれども、一方では、不実告知の亜種であるということで、端的に当該事項について不実のことを告げているわけではないのだけれども、まさに不実の認識を持つような事項を伝え、いわば間接的に不実告知をしている、それを故意によって限定しているという理解も可能ですし、有力だと思います。そうしますと、情報提供義務違反とはかなり類型が違うことになります。他方で、適切な情報提供を行っていない不作為型であるという理解ができます。先行行為があるものの、当該認識に係る事項については不作為であるということから展開していきますと、丸山委員のご提案のような形になるのかと思われまけれども、果たして現行の類型をそういう形で展開していくことがよろしいのかどうか問題に思われます。もちろん、他の立法バリエーションと組み合わせがあるということですので、そこで勘案されるということかと思うのですけれども、関連する事項かと思われまので、その2点について、少しお考えを聞かせていただければと思います。

○山本（敬）座長 丸山委員。

○丸山委員 御指摘していただいた点はそのとおりでございまして、1ページをごらんになっていただくと、現行法の整理を表でしているわけですが、不利益事実の不告知の事業者の行為態様というところで、利益情報を提供して、それによってないと考えた不利益情報を故意に隠すというのは、作為に近いものなので、不実告知の亜種みたいな位置づけで捉えていくという方向で、私自身も現行法を認識しております。

それに対して、私の改正の提案というのは、御指摘いただいたように、そういった作為型から不作為型にシフトするという狙っていることになると思います。その意味では、4条4項の1号2号に限定するわけですけれども、情報提供義務取消権のある種のバリエーションといった提案の位置づけになるのかなと思います。

それに対して、日弁連が提案する、故意要件は削除するが、利益告知要件をそのままとどめるという案にした場合については、これは作為型の要素もあわせてまま、少々要件を緩めるみたいな形になるので、重要事項の限定列挙も削除する、広げるという話も成り立ちやすいだろうと考えます。そういう意味で、御指摘していただいたように、4条2項をどういう方向で展開していくのかについては幾つかの考え方がありと自覚しておりますし、相互に排他的でないというのもそうだろうと思います。私の提案に関しては、不作為型のほうにシフトすることを前提とした上で、対象を狭める。なので、情報提供義務の取消権の一環という位置づけになっていくのではないかと思います。

以上です。

○山本（敬）座長 4条2項については今のような御意見ですが、4条2項の立法時には確かにいろいろな議論がありまして、今、御指摘されたような考え方が示されていたところではありますけれども、その後の裁判例を見ていますと、作為型と言えるようなケースと同時に、故意に当たるものを間接事実等から導くとしても、先行行為に当たる事実を認定しないまま取消しを認めているケースも少なくありません。その意味では、裁判例をどのように理解するかということも論点になってくるところだろうと思います。

後藤委員、どうぞ。

○後藤（巻）座長代理 3ページの困惑取消権の改正の部分ですけれども、確かに現行法で不退去・退去妨害という形で困惑を限定することに関しては批判が多いということで、それを例示にする、条文上、「以下のいずれかに該当する事業者の行為のほか」という形にする方向は、賛成できるものだと思います。

その上で御質問ですけれども、例示として1号、2号という形で不退去と退去妨害という身体拘束型だけを挙げるというのは、若干誤解を生むかもしれません。どうせ1号、2号という形で挙げるなら、もう少し挙げてもいいのではないかと。その挙げるときに、例えば次のページにあります例7とか、先ほど山本健司委員が御発言の最後の部分で挙げておられました靈感商法的なものとか、そういう身体拘束を伴わないものも例示として挙げるのができたら、そちらのほうをよりご報告の方向性が活きるのではないかと感じるのですけれども、その辺、2つ挙げることに何か意図があるということなのか、あるいはいろいろ挙げることには慎重になる必要があるとお考えなのか。例えば状況の濫用との関係があるかもしれませんので、その辺でどういうことをお考えになっているかということをお聞かせいただけたらありがたいと思います。

○山本（敬）座長 丸山委員。

○丸山委員 この2つだけ挙げているというのは、今回、作業している中で、現行法を出発点に、とりあえず改正はどうあるべきかということを出発点としましたので、現行法をベースに現に存在する具体的なものは削除せずに、一般的な要件も付加するといったスタンスで提案しております。具体的な例示を増やしてはいけないという意見ではございません。

ただ、後半で指摘いただいた点はそのとおりでございまして、状況濫用で受けるべき事例と威迫困惑で受けるべき事例というのを精査していく必要があるのではないかと考えております。嫌々ながら、欲しくないのに契約しているというのと、心理状況としては、その時点では欲しいと思って買っているけれども、状況濫用されているという類型。重複することがあるのかなのか、どういう事例まで対応可能なのかという点については、今回の検討では詰め切れなかった部分がありますので、そういった点については、むしろ皆様から意見や御議論いただいたほうがよいと思います。あえてその他の事例を挙げなかったという点は、状況濫用などを仮に新設するのであれば、相互の関係を慎重に議論する必要があるのではないかとという趣旨です。

○山本（敬）座長 どうもありがとうございました。

では、松本理事長。

○国民生活センター松本理事長 断定的判断の提供の点に関して、国民生活局が最初につくった解説書などでは金融的なものに限定した書きぶり、今回それを外そうという提案なのですが、外し方を注意しないと、ちょっと困ったことになるのではないかと。ここに挙がっている例3の場合は、努力しなくても成績が上がるということであれば、断定的判断の提供だと思うのです。この教材を使って一生懸命勉強すれば成績が上がるということであれば、これは多分かなり真実ですね。しかし、勉強しなくても成績が上がるとなると、断定的判断か、むしろそれは虚偽の告知、不実告知のほうでカバーできるのではないかという気がします。

さらに、これを食べれば寝ているだけで痩せますという健康食品がございましたけれども、ああいう本人の努力なしで、このサプリのみで、ふだんの食生活は一切変えなくて、スポーツもしなくても痩せるというのは、断定的判断というよりは、むしろ不実告知のほうだと思うのです。ですから、外し方として、消費者の側の主体的努力が一切なしでも確実に成果が上がりますというのであれば、断定的判断で受けてもいいのだけれども、そこまでいくと、むしろ不実告知になるのではないかという気がします。

金融の場合は、相場の変動等に関しては確かに本人は努力しようがないわけですね。だから、素直に断定的判断でカバーできるわけなので、金融以外の場合に広げていくとなると、もう少し前提要件か何かをセットしないと難しいのではないかと思います。

○山本（敬）座長 沖野委員。

○沖野委員 別のところになるのですけれども、重要事項関係で前から難しいと思っておりますのは、通常という判断が一般消費者を前提に、あるいは想定顧客層を前提に通常類型に見られるというものだけでよろしいのか、具体的な契約締結過程において個別の消費者にとっての重要事項というものをどこまで取り込んでくるのか。それを排除してしまうということによろしいのか。もちろん、あらゆるものを取り込んでくるというのは、それは事業者にとって非常な負担になりますし、そうではないのだけれども、それが明示的に示されているといった、一定の限定は必要であり、それを前提にしてですが、通常ないし一般と個別というものをどういうふうに考えていったらいいかというのは、一つの論点なのかなと思っております。

今回の御提案で出てきているかどうかがよくわからず、基本的には通常ということで一般を前提に、その限りにおいてという御趣旨かと思っておりますけれども、そのような理解によろしいかということを確認させていただければと思います。そうだとすると、個別のものについては取り入れないということなのか、それとも、例えばほかの類型、状況の濫用とかの中に知識不足とか、そういうこともありますので、そういったところに一部入れていくことがあり得るのか、その点についてお考えの補足がありましたら、お聞かせいただければと思います。

○山本（敬）座長 丸山委員。

○丸山委員 今回の私のプレゼンの中での重要事項の定義に関しては、個別のものは考えていなかったというのは御指摘のとおりです。一般的・通常的な消費者基準を採用するという提案にとどまっております。

ただ、指摘をしていただいたように、個別の契約締結の事情を考慮して対応すべき事例はないの

かという問題は存在し、要件を立てるときも、重要事項で考慮するのか、別途括り出して対応するような要件を立てていくのか議論しなければいけないと思うのですが、今回のプレゼンに関しては、通常、平均的な消費者ということで考えております。

○山本（敬）座長 それでは、古閑委員。

○古閑委員 4点ございます。

1点目は、先ほど御質問させていただいた点、さらに確認です。先ほどの点は、5条の問題になるであろうという御回答をいただいたと思うのですが、ということで改めて5条を拝見しますと、5条のほうは、事業者が第三者に対し、当該事業者と消費者との間における消費者契約の締結について媒介をすることの委託をし、当該第三者が消費者に対して同条第1項から第3項までに規定する行為をした場合に準用するので、その行為をする立場なのは、さっきの話だと小売で、小売は自分でやった行為に当たらないということだったので、そうするとメーカー側も責任をとらないでいいという整理でよろしかったでしょうか。

そうだとすると、メーカーさんが自分でつくったものを自分で売るというケースももちろんありますけれども、小売を通して売るというケースも相当あると思いますので、基本的には小売を通して売るときには、仮にメーカーの説明が足りていなかったとしても、とはいえ、小売が補足する義務はないというのが先ほどの御回答だったと思うので、そういったケースにおいて責任を問われることはないという理解でよろしかったですねという確認をさせていただきたいのが1点目です。

2点目は、今の「勧誘をするに際し」のところさらに質問ですけれども、さっきの前提だとして、例えば例1は、自分のところの商品を自分でホームページに説明しているという事例だと思うので、これは責任が発生し得るケースだと思うのですが、こういうふうに100%イギリス人と言っておきながら、実は100%じゃないケースというのはむしろ珍しくて、もうちょっと巧妙に、100%とまでは言わないけれども、イギリス人講師によるブリティッシュイングリッシュと説明するケースというのは、世の中の的には結構あるのかなと思っています。

仮にそういう記載だった場合、つまり100%という言葉がなかった場合において、確かにどこか1カ所にはイギリス人講師によると書いてあるのですが、いろいろなところを見ていくと、中にはイギリス人じゃない方もいらっしゃるみたいですみたいなことが書かれていたとして、そのページだけで判断するのではなくて、契約締結まで、いろいろなところでいろいろな説明がされていると思うので、総合的に見ればいいということでもよろしいですねという、この御提案がどういうことなのかという確認をしたい。

総合的に見ないと、どこか1カ所でも、しかも100%と書いていない場合には、イギリス人講師によるブリティッシュイングリッシュと書くことによって、そのイメージはつくと思うのですが、それを一発書いてしまっただけでアウトというのは、余りに厳し過ぎると思うので、もし1カ所でもこういう記載があればという御提案なのだとすると、反対です。

それから、3点目も質問になります。不利益事実の不告知の①のタイトルが重要事項の限定と書かれていると思うのですが、どういう意味で限定されているのかというのは、この御説明の中に「中心事項」とありますので、中心事項に絞るという意味での限定ということでもよろしいので

しょうか。

○山本（敬）座長 これはさっき出ていましたけれども、現在の4条1項の1号と2号を残し、それによるという御趣旨で、その限りでは現行法通りということだったと思います。

○古閑委員 では、限定、狭まるということではないということですね。そうだとすると、この「中心事項」がどういう意味なのかというのをちょっとお聞きしたいと思いました。それが3点目です。

それから、4点目ですけれども、2の困惑取消しの懸念とその反論のところですから、**「解釈の余地があるのは民事ルールとしてはむしろ当然」**という記載ですけれども、消費者庁さんが出されている逐条解説の142ページを拝見していますと、**取消権という重大な司法上の権利を付与する以上は、これらの行為の対象となる事項、それにふさわしい適切な範囲に限定する必要がある**という記述もあると思うのですけれども、私はその趣旨には賛成でして、そうだとすると、民事ルールだから解釈の余地が残るのは当然とまで言うてしまうことには、私は反対いたします。

以上です。

○山本（敬）座長 今後も議論を続ける事柄ばかりですので、現時点でお答えになることがあればいただければと思いますが、いかがでしょうか。

○丸山委員 まず、1回目の質問の趣旨がよくわからなかったのですけれども、5条との関係で。

○古閑委員 済みません、5条の問題になるという意味を逆に教えていただいたほうがいいのかもたないです。

○丸山委員 消費者契約法の5条の趣旨としましては、5条の適用を私は拡張したほうが良いと思っているので、それを前提になるのですけれども、自分の商品とかについて、情報の提供とか説明を他人にお任せしている場合に、そのお任せした人が何か不実な情報とかを提供している場合については、事業者も責任をとってしかるべきという条文です。

○古閑委員 そうだとすると、先ほどのお話ですと、小売というのは、例えばメーカーさんが何か書いていたもの、例えば、いいことだけを書いていたりしたものがあって、そのときに、補足的に不利益なことを説明しなくても、それは小売自身の責任ではないという御趣旨だという気がしたのですが、…。

○丸山委員 民事ルールですので解釈の余地がありますので、不実告知をしたかどうかというところの解釈の問題になっていくので、丸、バツとはっきりと切れるところではないと思います。まず、小売主体が不実告知をしたと言えるかどうかの問題もございまして、宣伝活動を利用しているのであれば、そういった宣伝活動を利用して他人に情報提供を任せていると言える事例かどうかの問題となると思います。その点は個別事例では解釈がもしかしたら分かれ得るような事例も出てくるかもしれないので、はっきり黑白が全てつくということではないと思います。

○古閑委員 では、ここに…。

○山本（敬）座長 よろしいでしょうか。今後も議論を続けることですので、ここで決着をつける必要はないのだろうと思います。今後のプレゼンテーションの中でも何度か取り上げていただこうと思いますので、丸山委員のほうからお答えが残っているのであれば、それをお答えいただくということをお願いしてよろしいでしょうか。大変申しわけありません。

○丸山委員 あとは、100%と書いていない場合に不実告知かどうかというのも解釈の問題で、ホームページも総合的にみましようというのは、そのとおりでございますので、見た上で不実告知と言えるような場合であれば、それは取消しの対象となっていきますが、慎重に情報提供している場合は不実告知と言えないという、裁判官の判断になるかもしれません。

不利益事実不告知のところの中心事項というのは、説明をしましたように、4条4項1号2号の列举事由を指しているということでございます。

また、解釈の余地がない民事ルールというのは殆どないのではないかと思いますので、その点について、今、コメントできるのは以上でございます。

○山本（敬）座長 議論を途中で遮ることになりまして、大変申し訳ありませんでした。

では、山田課長。

○消費者庁山田取引対策課長 済みません、今回からオブザーバーに加わりました取引対策課の山田と申します。大変申しわけないのですが、1点だけ早目に教えていただければと思ひまして、ちょっと御質問でございます。

今、消契法の議論をここでやっているのだと思ひますけれども、私ども、特定商取引法の改正というのも予定されておりまして、特定商取引法でも商売の類型ごとに民事ルールが定められておるという関係でございます。消契法の民事ルールと特定商取引法の民事ルールの関係について、どういふふうに整理していったらいいのかというのが、今回、プレゼンを聞いて、私の問題意識を新たにしたところでございます。

例えば、このイギリス人の英会話のホームページの講師の事例というのは、特商法でいえば通信販売に当たって、誇大広告の禁止という明確な禁止規定がありますので、消契法で民事ルールをつくるのであれば、それは済みません、私の拙い今までの法制的な政府の中での検討作業の経験からすると、特定商取引法でおさまらないような類型でも同じような話がいっぱいあるということで、それなりに立法事実の積み上げなどもあれば、それは消契法でやるべき話ですねということになると思うのですが、特商法類型にすばっとおさまるような話であれば、法制局にこういう議論を持っていくと、これは特商法の話ですねということで整理されてしまうと思ひます。

私は、決して水をかけるつもりで言っているわけではなくて、ダブルで規定されれば、それはそれでいいとも思ひますけれども、何となく今までの政府部内での検討のしきたり、これは私、余り高尚な民事法のルールに今まで参加したことがないので、民事法の世界では全然別なのですということであれば、民事法のルールではそういうお作法があるのかもしれませんが、そういう意味では交通整理が少し必要なのかなと。

○山本（敬）座長 まさしくそのような消費者契約法と他の特別法との関係については、次回改めて特別に議論する場を設けておりますので、今日の丸山委員の御報告との関係も含めて、次回に回させていただきますのでよろしいでしょうか。

○消費者庁山田取引対策課長 わかりました。

○山本（敬）座長 重要な論点ですので、しっかりと議論したいと思ひます。

続きまして、Iの3の「状況の濫用（つけ込み）取消権の創設」と、IIの2のとりわけ前半部分

に関して御質問あるいは御意見をいただければと思いますが、いかがでしょうか。阿部委員。

○阿部委員 状況濫用取消権の創設ということですが、これは金融商品販売に関する、いわゆる適合性原則と同じような趣旨かなと思ったのです。であるとしたら、全ての消費者を相手に一律に対応するのではなくて、高齢者とか未成年といったきめ細かい区分が必要になってくるのではないかと思います。そこはいかがでしょうか。

○山本（敬）座長 丸山委員。

○丸山委員 状況濫用の①に関しては、適合性原則と通じることがあるのではないかというのは、的確な御指摘だと思います。ただ、適合性原則そのものではございません。消費者が合理的に判断ができないというところに着目するわけですのでその最たる例というのが高齢者であったり、未成年者である、そういう状況が多いというのも確かな御指摘だと思うのですが、条文でそういった未成年者や高齢者に限定するということは考えずに、判断力とか知識の不足といった文言で、それ以外の成人の方でもそういう状況になることはあり得ますので、広く捉えられる要件を立てたほうがよいのではないかと考えております。

○山本（敬）座長 それでは、増田委員。

○増田委員 状況の濫用に関しましては、高齢者・未成年者というのは見れば明らかですし、年齢からも明らかなので判断しやすいと思うのですけれども、働き盛りの40代、50代であったとしても精神的に不安定な状況に陥っている、あるいは職を失ったような状況とか、そういう場合に、そこから脱却できるかのような勧誘を受けるようなケースがよくありまして、それがいわゆる本来必要なかった契約につながっているというのが相談現場にはよく寄せられております。ですから、限定的にここで書くということは、それは反対します。

最近ではデート商法というのももちろんありますけれども、同性の年の差のある方に相談している中での状況の濫用ということもありますし、社会人の中で仕事を教えてもらえる先輩ということもあります。年齢とか男女間というわかりやすい関係だけではない状況の濫用ということも広くありますので、お伝えしておきたいと思います。

○山本（敬）座長 ありがとうございます。

それでは、ほかにいかがでしょうか。山本委員。

○山本（健）委員 状況の濫用（つけ込み）取消権の創設という御提案に賛成です。高齢者被害などは、困惑取消しの拡大だけでは対処し切れません。判断力の不足等につけ込んだ非良心的な事業者による契約を取り消せるようにすることが必要不可欠かと思えます。また、先ほど未成年者・高齢者というお話がございましたけれども、それ以外にも疾病によって判断力が低下している、不足している状態になっているという類型等もありますので、ご提案のような抽象的な要件での立法のほうを望ましいのではないかと思います。

具体的な要件論として、丸山委員の本日御提案の条文案では、2つの類型での御提案がなされています。一つの考え方ではないかと思えます。今後、私どものほうでも検討させていただきたいと思えます。

4 ページの下から2行目で、②の類型について、近時の消費者トラブルでどういう具体例がある

だろうかというお話がございました。例えば、呉服販売業者が従業員に呉服等の自社商品を過大に販売したという従属関係につけ込んだ勧誘事案や、経済的困窮者に年利240%の割合の利息で金銭を貸し付けたという経済的困窮につけ込んだ勧誘事案などが裁判例でございますので、ご紹介させて頂きたいと思います。

以上です。

○山本（敬）座長 御指摘、どうもありがとうございました。

それでは、今の点あるいはその他の点について、ほかにいかがでしょうか。では、河上委員長。

○消費者委員会河上委員長 このつけ込み型の取消権を創設するという事は、それなりにニーズに応えるものであるのですが、よく見ると暴利行為と同様の要件が出ていますね。暴利行為について、例えば公序良俗違反で無効にしてしまうということではなくて、取消権にしたということにどういう意味があるのかということの説明をいただきたいと思います。

例えば取消権行使になったときに、善意無過失の第三者が登場したときには、その人には迷惑をかけない形で取消権を行使しなければならないという形で、ほかの人に対する配慮を考えて取消権としたのか、それとも取消権だということによって、そのまま残しておくか取り消すかの選択権を本人に与えたというだけのことなのか、それとも無効とすることに何か抵抗があったのか、その辺の表現というか、効果の選択について、丸山委員がどういうふうにお考えだったのかという点を伺わせていただきたいのですが。

○山本（敬）座長 丸山委員。

○丸山委員 取消権にしているというのは、本人側に付与するという発想にまず基本的に立っているというのはそのとおりです。取消権だと第三者保護規定がついてきますが、ほかの取消規定と区別するという発想はとっておりませんでした。他の取消規定とそろえるという発想で提案させていただいております。効果論に関して、ほかの取消規定と特に差を設けることを現時点では考えておりません。

○山本（敬）座長 よろしいでしょうか。

それでは、大澤委員。

○大澤委員 前々回ぐらいに申し上げたかもしれないのですが、威迫困惑類型と状況濫用類型の関係というところが私は非常に気になっております。丸山先生の御提案の趣旨をもう一度確認させていただきたいのですが、恐らくこの2つを分けて規定をつくるということで、資料の5ページの下の方のこの2つの違いというのは、なるほどと非常に勉強になったのですが、この2つを分けるというときに、威迫困惑類型については、先ほど後藤先生がおっしゃったように例示化するということを書かれていますが、後者の状況濫用に関しては、4ページでさらに2種類あるということで意識的に条文上、区別しているということですけどもね。

その両者を並べてやるときに、その前者の威迫困惑のほうは例示化するという事で、私は例示化というのは、さっき後藤先生がおっしゃっていた同じような懸念を持っていますけれども、そういうことで、後者の状況濫用のほうは、もうちょっと一般的なつくりと考えているのかという、その2つの規定の関係というのは今後意識しなきゃいけないのではないかと考えているのですが、そ

れは今のような理解で正しいのでしょうか。

○山本（敬）座長 丸山委員。

○丸山委員 基本的な発想としては、本来は困惑の条文というのも例示を削除してしまってもいいという発想を出発点としているのですが、消費者法の世界というのはわかりやすいほうがいいという発想もありますので、そういう意味で現行法の具体的なものを減らすという判断にはなかなか至らなかったということでございます。他方で状況濫用の条文というのを今からつくるときに、余り例示的なものをごたごた出すよりは、基本的な要件を立てていって、しかしながら、しっかりとした解釈論的なものは立法の段階でも詰めておくということによいのではないかという発想に立ちました。

○山本（敬）座長 よろしいでしょうか。大澤委員。

○大澤委員 仮にそうであるとすれば、さっき後藤先生がおっしゃっていましたが、私も要件をなるべく具体化するという方向がよろしいのではないかと考えていますので、今、先生がおっしゃっていたように、威迫困惑類型という一般条項のようなものだけを設けるのではなくて、今の不退去・退去妨害のような具体的な要件を置くということは、その方向のほうがよろしいと思うのですが、そのときに例示化とすると、ほかにどんなものがあるのかと、いろいろ想像をかき立てるところもありますので、ほかに何かないかということは今後考えていくことになると思うのです。

恐らくそのときに1つ参考になるかなと思いますのが、特商法の7条、つきまとい勧誘という列挙している条文でしたか、政令でしたか、どちらかでやっていると思うのです。1つ参考になると思うのです。その威迫困惑のところ、今の不退去・退去妨害以外に何かつきまといとか、例えば電話をかけまくったとか、いろいろつけ加えることはあると思うのです。そうすると、そのときに状況濫用の条文と重ならないかどうかという、そこを今後詰めていかなきゃいけないのではないかと考えましたので、ちょっと感想になりましたが、以上でございます。

○山本（敬）座長 ありがとうございます。

今の点あるいはその他の点について、いかがでしょうか。では、古閑委員。

○古閑委員 例8というのを挙げていただいていますけれども、この例8を拝見すると確かに適用例として当たるのだろうという感じがすごくしてくるのですけれども、例8の一番最後に、「女性は販売会社に雇われていた」という前提がございまして、もしこれがなかったときにどうなるのだろうということを考えたときに、今の御提案ですと、仮にこの部分がなくても、この部分は事業者として「合理的な判断ができない状況を利用して」や「不当に不利な内容」との要件にあたる行為をしているわけではないので、販売員を送った、送らないという手段のところについて必ずしも言及していない以上、広く含まれてしまうように見えるのですけれども、そこはどのようなポイントで書かれているのか、教えていただけますか。

○山本（敬）座長 丸山委員。

○丸山委員 問題のないような事例が取消しの対象となっては困るわけですし、合理的な判断ができない状況を不当に利用してという、その「不当に利用し」の要件によって取消し対象を絞ることを考えております。恋人商法は、わざと販売者側が仕掛けて契約に持ち込むみたいところがある

ので、「不当に利用し」と言いやすいのですけれども、販売者側が関与していないところで単にねだられて買っているみたいな事例も取消し対象となつては困ります。そういった事例は「不当に利用し」ということにはならないと思いますので、取消しの対象から落ちていくという理解です。

○山本（敬）座長 どうもありがとうございます。

後藤委員。

○後藤（巻）座長代理 先ほど河上委員長がお話しなさったことと問題意識は同じですけれども、状況の濫用で取消しにするということについてです。確かにつけ込みという契約締結過程の段階に着目して、契約内容の不当性についてハードルを低くするという形で構成していくと、契約締結過程の問題であって、効果は取消しになると思います。そういう構成をとると、高齢者の被害等について対応するのに適したものであると考えますので、基本的に御提案の方向に賛成です。

その上で少し疑問に思うところですが、先ほど山本健司委員からもお話が出ていましたけれども、従属関係にある、例えば会社が従業員に過量に自社商品を販売するというような場合については、裁判例でも公序良俗違反ないし暴利行為が無効というものがありますので、そういうものをどこで受けるかという問題が出てくるのではないかと思います。1つの考え方としては、民法の判例の展開に任せるということもありうると思いますけれども、状況の濫用ということを考えてすれば、無効という効果にも対応できるようなことを状況の濫用の中で考えるのか。そうではなくて、例えば日弁連の試案にあるような形で、消費者公序ということで無効ということを考えるのか、その辺が気になるところです。

日弁連試案の事業者・消費者間の情報・交渉力格差を考慮して公序良俗違反を判断するというのは、着眼点として非常に魅力的ですけれども、提案として、やや抽象度が高いという気がしますので、もし消費者公序という形で受けることをしないとすると、無効ということをどのような形で導くのか。そこはどんなふうにお考えでしょうか。

○山本（敬）座長 丸山委員。

○丸山委員 仮に消費者公序規定というものを別途設けずに状況濫用のみで対応していくとなった場合に、要件を精査した上で、個別の問題事例を挙げ、どういう事例まで対応できるのかできないのかを検討する作業が必要となると思います。逆に、無効と取消しに関し、無効でなければならぬというのは、さっき第三者との関係が出てきましたけれども、そのほかに気になる点というのは何かございますでしょうか。

○後藤（巻）座長代理 取り消す場合、期間制限がありますので、期間をもっと長くすることを検討するという方向も考えられると思いますけれども、その辺も気になるということです。

○丸山委員 わかりました。今回、取消しの効果論には全く触れていないのですが、個人的には、今、短く限定されている期間制限というのは長くすべきだと考えておりますし、不当利得の清算規定についても一定の工夫が必要だろうと考えておりますので、そういった効果論も改正の対象としていくことを前提に取消しという形ではそろえさせていただいているということでございます。

○山本（敬）座長 ありがとうございます。よろしいでしょうか。

続きまして、もう一つ大きな論点が残っておりまして、Ⅱの1、情報提供義務規定、誤認取消し

規定の相互関係についてです。この問題と、2の(2)、今も少し出ていましたけれども、さらに先ほどの議論では尽くせない点も含めまして、御意見、御質問をいただければと思います。いかがでしょうか。増田委員。

○増田委員 情報提供義務の法的な規定をしていただくことに賛成します。今、いろいろな取引がありまして、悪質商法というよりは、通常取引の中でみずから積極的に契約したい商品、サービスが非常に複雑であるケースが大変多くて、特に、通信サービス、金融商品、美容医療の3つに関しては、情報提供が非常に少ないためにトラブルになっているケースが大変多くあります。その規定の仕方というのはいろいろ検討の必要があると思いますけれども、義務化していただきたいということを意見としてお伝えします。

○山本(敬)座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。とりわけ、今回の丸山委員の御意見としては、意見が収れんしていない中でどのような規定を定めるべきかというときに、特に今も出ていましたように、法的な義務として認めつつ、損害賠償責任を帰結するような形で改正してはどうかという具体的な御提案もいただいているところです。それぞれに御意見があると思いますし、もちろん今後、さらに議論していくべきところではありますけれども、この段階で今のような御意見に対して、御質問あるいは御意見をいただければと思いますが、いかがでしょうか。では、山本健司委員、どうぞ。

○山本(健)委員 情報提供義務に関して、法的義務化する、損害賠償責任を帰結する形で3条を改正するという御意見に賛成でございます。実際問題として、取消しという効果を導く法規範だけでは対処できない消費者被害の実例があると思います。

例えば、A生命保険会社と消費者が生命保険契約を締結している状況でB生命保険会社はその消費者に対して「うちの生命保険でも同じ保険金が出る。さらにプラスで厚い保険金給付を受けられる。」という不実の告知をして、A生命保険会社との生命保険契約を解消させて自社との生命保険契約を締結させたという事案を想定した場合、A生命保険会社との保険契約では給付を受けられた保険金但实际上にはB生命保険会社との保険契約では給付を受けられなかったというときに、B生命保険会社との生命保険契約を取り消しただけでは当該消費者の救済にはなりませんので、虚偽の情報提供をして新しい生命保険契約を締結させたB生命保険会社に対する損害賠償請求権を認める必要性が極めて高いと思います。

あと、民法709条に委ねておくだけでいいのではないかという御意見もありますけれども、その場合には要件が明らかでないという問題点があると思います。情報提供義務の問題については、消極的な立場からの御見解として、全ての人に理解してもらえるような情報提供をしないとイケないことになるのではないかと、説明しないとイケないことになるのではないかと御意見を頂戴したりします。しかし、そういうことではなくて、原則として一般人を基準にした情報の提供義務を考えることになるのではないかと思います。そのうえで、個別事案において、特にその人にとって重要な事項について、事業者もそのことを知りつつ契約締結したような場合には、例外的な考え方をする必要はあるかと思いますが、原則的には一般人を基準とすることになるのではないかと思います。例えば、そのような法規範を明確にしておくということは、この問題を709条の抽象的

な規定に委ねておくよりは、法律関係が明確になるという点で非常に望ましいのではないかと思います。そういう点からも情報提供義務の法的義務化という提案内容に賛成でございます。

具体的な立法提案としては、前回、日弁連試案としてご紹介させていただいた条文案、本日配付いただいております資料5-1-1の8ページでございます条文案のような形で、法律関係を明確化する方向で考えるべきであろうと思います。

以上です。

○山本（敬）座長 ありがとうございます。

それでは、ほかにいかがでしょうか。今度は大澤委員から。

○大澤委員 2点ございます。

1点は、さっき河上先生からも御意見が出ておりました消費者公序の規定の話ですが、消費者公序規定を設けるかどうかというのは、今までもいろいろなところで議論されていたと思うのですが、今日の丸山先生の御報告の中では、特に最初の状況濫用のつけ込み型のところが、従来の暴利行為も含めたものとして多分お考えだと思うのですが、それと別に消費者公序規定を設けるかどうかということ。さらに、そうだとすると、どういう効果をつけるかというのは、恐らく今後かなり検討しなくてはいけないのかなと思います。

ただ、これは先生がどのような理解なのか、伺いたいのですが、あえて2つとも設ける必要があると考えるときに、今日のつけ込み型のほうは、どちらかという契約締結過程に問題がある場合。暴利行為で言うと主観的要件のところをかなり重視しているのかなと思いますが、消費者公序規定として、従来の研究会などで考えられていたのは、主観的な要件だけでなく、例えば価格が非常に高いとか、そういう客観的な内容自体に問題があるような場合もあわせて含めるのだというか、そういうものをあわせて1本というか。取消しとか損害賠償を認めるための規定だということだったと思うので、そこですみ分けをしているということなのかどうかということが1つ気になりました。

とりあえず1つ目だけ申し上げます。

○山本（敬）座長 では、丸山委員。

○丸山委員 消費者公序に関する規定を設ける必要があるのかどうかというのは、これは議論しなければいけないと思いますが、私自身は現時点で積極的に2つ、状況濫用、プラス、消費者公序を設けるべきだということまでは踏み切れていないところがございます。状況濫用を設けただけでは足りないという具体的な例を出していかなければいけないと考えております。したがって、状況濫用のような規定から漏れてしまうような事例で、しかし、民法90条では使い勝手が悪い事例というのを、今後、具体的に出して議論する必要があるのではないかと考えております。

○山本（敬）座長 大澤委員、2点目の方をお願いいたします。

○大澤委員 6ページの最後のところです。行政法規など、各種業法などにおける行為規制と損害賠償責任を結びつけるということで、これは損害賠償責任ということですが、昔から民法で議論されている行政法規違反が民事上、どういう効果になるかという話とも非常に大きく関係すると思うのですが、個人的には最近の民法の有力説のように、行政法規といっても、例えば今回のよ

うな消費者保護法規とか民事的な効果をもたらすような趣旨の条文もあるということで、そこは積極的に考えていいのではないかと思うのです。

ただ、そのときに消費者保護法規と言える行政法規というのは、恐らく問題になってくるのではないかと思います。特定商取引法などと非常にわかりやすいところがあるのですが、業法といっても、例えば旅行業法とか宅建業法とか、いろいろあると思うのですけれども、そういったもののうち、どれが直接に消費者保護に関係しているかどうか。そういうものを今後精査しなきゃいけなくなると思うので、御提案としては非常によくわかりますし、魅力的だといえば魅力的だと思うのですが、消費者保護法規というものの範囲にかかわるので、これは次回以降、特別法との関係ということで恐らく議論になると思うのですが、感想ですけれども、今後大変議論になるのではないかと思います。

以上です。

○山本（敬）座長 ありがとうございます。まさしく次回以降の論点になるかと思います。

それでは、河上委員長、お願いいたします。

○消費者委員会河上委員長 私は、情報提供義務のところはまだ気になっていて、これは実は現行法の制定の際もずっと議論になって、情報提供を法的義務にまで高めるような形で正面から規定できるかということは大問題です。市民法の基本的な考え方でいえば、自分にとって必要な情報は自分で集めるというのが大原則でありますから、そこをひっくり返して相手方に対して情報を提供させることを義務づけるためには、例えばそれにプラスした何か信義則上の義務であったり、契約上の一定の付随義務として必要な情報の提供が義務づけられているという局面があって、初めて情報提供義務という形でのものが正当化されて、義務違反に対して損害賠償というロジックになっていくのだろうと思います。最高裁のいろいろな説明義務の話でも、全部信義則をかませるわけです。

ですから、それを考えると、裸で事業者は消費者に情報を提供しなければならない、必要な情報を提供しなければならないと宣言するだけならいいですけれども、何か効果と結びつきを考えていくとすれば、プラスした要件が要るのではないかという気がいたします。

それ以外に、例えば錯誤とか、先ほどの誤認惹起とか、あるいはまだ議論されていませんが、約款の拘束力を認めるための開示義務とか、そういうそれぞれの場面で必要性が正当化できる特別の要素があれば、そこに情報提供ということは入ってくると思われそうですが、正面から情報提供義務と言うときは、何かもう一つ正当化する根拠を書き込まないと弱いのではないかという気がするのです。いかがでしょうか。

○山本（敬）座長 丸山委員、よろしいでしょうか。

○丸山委員 おっしゃる点はごもっともなところがございますし、情報提供義務のところは実は一番悩んで、結局条文案の具体化もできなかったというのが今回のプレゼンです。なので、むしろいろいろと御意見をいただけたほうがいいと思うのですが、ほかの特別法、金販法などは説明義務違反について効果論まで規定している立法モデルもありますので、それと民法709条との関係についても検討は進んでいると思いますので、そういった議論も参考にしながら、あえて民法709条のほかに規定を設ける意味を探る必要があるのではないかと考えておりました。

○山本（敬）座長 松本理事長。

○国民生活センター松本理事長 今の御意見の隣にあるような問題かと思うのですが、現在の3条の情報提供義務は、裁判規範にはなっていない。民法のほうが勝手に受けて損害賠償とつなぐ可能性はあるけれども、裁判規範じゃなくて行為規範として規定されているわけです。それを裁判規範にするという方向だけではなくて、消費者契約法の中にもう少し行為規範を入れるという方向があってもいいのではないかと私、前から考えております。例えば適合性などはなかなか裁判規範として入れるのが難しいのだとすれば、行為規範として置いて、それが今後発展していった具体的な裁判規範として場合によっては使われるようになるのを待つという形の、もう少し行為規範的なものも重視して取り入れていくという方向があってもいいかなと思っています。

○山本（敬）座長 ありがとうございます。その点については、反対されないだろうというところではないかと思えます。

今の点、あるいはその他の点について、いかがでしょうか。後藤委員。

○後藤（巻）座長代理 情報提供義務を規定することの意義ということですが、不法行為で処理できるのではないかという議論もあるのはたしかだと思うのですが、先ほど丸山委員も今回は要件化するまで至っていないというおっしゃり方をなさっていましたが、要件化をきちんとすれば、そのことを条文で示すことが、イコール、消費者契約法に情報提供義務を規定することの意義になるのではないかと思います。そこが非常に大事な作業になってくる。仮に不法行為で処理できるとしても、消費者契約法として消費者と事業者の情報・交渉力の構造的格差ということを踏まえて要件化することができたら、重要な成果になると思います。

○山本（敬）座長 御意見いただきまして、ありがとうございます。

河野委員。

○河野委員 今の後藤委員の御意見に全面的に賛成です。私たち消費者は、できれば情報提供をもう少ししっかりしていただきたいというのは、今は努力義務でしかないですから、それを思っていたところですが、今の御議論を聞いていてもいろいろ難しいところがある。ただ、どういう場合に、どういう条件で、どういう情報を出していくかということこの場でしっかりと考えていただければ、そのことが生きてくるのではないかと考えております。ですから、丸山委員が今回、こういう形で義務化を打ち出してくださったことは、消費者側とすると本当に大賛成です。ただ、作業はなかなか簡単ではないかなと感じているところです。

○山本（敬）座長 阿部委員。

○阿部委員 次回、きちんと意見を言わせていただきますけれども、情報提供義務を一般的な規定として置いた場合、今の4条に書いてある不実告知とか不利益事実の不告知とはどういう関係になるのか。情報提供義務を一般規定として置くのであれば、今、4条に書いてあることがなおかつ必要なのか。ここは私もよく整理できていないので、何か考え方があればお願いします。

○山本（敬）座長 丸山委員。

○丸山委員 4条で扱っているのは、あくまで取消しという効果を付与する必要がある不実の情報の提供や情報の不提供の問題です。それに対して、私が今回提案した情報提供義務の法的義務化は、

必ずしも取消しには結びつかないけれども、損害賠償の効果に結びつき得るような情報提供義務違反というものについて、法的義務化という形で消費者契約法のスタンスを明らかにする余地があるのではないかという趣旨でございます。もちろん、損害賠償責任という効果を伴うような情報提供義務違反と、取消しの要件を満たす事例というのは重複することもあり得るのですが、その場合、損害賠償でいくのか、取消しでいくのかというのは選択すればよいという話になると思います。このような整理をしておりました。

○山本（敬）座長 今の点を含めて、次回にまたよろしくお願ひしたいと思ひます。

他に御意見あるいは御質問、あるでしょうか。もしなければ、今日全体をもう一度振り返って、先ほど十分に議論できなかった点を含めて、補足的に御意見あるいは御質問をいただければと思ひますが。山本健司委員。

○山本（健）委員 不当勧誘の一般条項、消費者公序についてですけれども、先ほどからの御議論でも出ておりますように、個別規定でどういふ射程範囲の規定を設けるかによって、受け皿的な規定の必要性や射程が変わってくるかと思ひますので、これらは並行して議論すべき問題であると思ひます。先に受け皿規定のほうだけ要否を議論するというのは、議論の順番としては違ふであろうという点を、念のために御指摘させていただきたいと思ひます。これが1点でございます。

あと、契約締結過程に関する論点において、今日は時間の関係で恐らく議論の対象として挙がらなかつたということではないかと推測しているのですけれども、取消権の行使期間の問題とか、取消しの効果の問題についても重要な論点であると思ひます。今後、御議論のほうをよろしくお願ひ申し上げます。

以上です。

○山本（敬）座長 ほかにいかがでしょうか。増田委員。

○増田委員 ホームページの100%イギリス人講師によるという事例ですけれども、こういう広告に関しましては、打ち消し表示をどれだけの分量でやるかという特定商取引法の通信販売の部分と、景品表示法との関連もあるかと思ひます。特商法と景品表示法で規定してありますけれども、それは取消しなどの民事的なルールにつながっているわけではありません。特商法のほうで誇大広告、イコール、取消しとしていただくのであれば話は別かと思ひますが、そういう観点からいへば、消費者契約法のほうでつくっていただく必要があるだろうと考えるところです。

もう一つ、情報提供義務に関しましては、例えば通信サービス契約とWi-Fiルーターの購入契約をしました。そのときに、本来、普通の人が気にする重要な点が情報提供されていず納得がいかない。Wi-Fiルーター自体は使うので、取消しされたくない。でも問題じゃないかという相談はございますので、そういう意味で言うと、すぐさま取消しということではなく、何がしか損害賠償的なところで救っていただくことが必要なことだろうと考えております。

○山本（敬）座長 御指摘ありがとうございます。

ほかに今日、まだ御意見いただいていない方から、もし御意見あるいは御質問等がありましたらお出しいただければと思ひます。もちろん、これも今後、また機会があることですので、そのときにお出しいただいても結構です。石戸谷委員。

○消費者委員会石戸谷委員長代理 丸山先生のレジュメの一番最後の一般条項、消費者取引公序のところですが、運用状況検討会のほうでも業法との関係がいろいろ問題になりました。次回以降、話があると思うのですが、事業者側のほうは業法は業法で守らなきゃいけないということがあるわけですが、消費者側のほうは業法に違反したからといって、直ちに民事効があるわけではないというところがあるので、その連結点として、この消費者取引公序の情報の量・質、交渉力の格差の存在云々という、その他一切の事情の中のしんしゃくすべき重要な点として、消費者保護にかかわる取締法規違反の態様ということを考えていくというのも1つあるのではないかと思いますので、次回以降で結構ですけれども、お願いいたします。

○山本（敬）座長 御指摘ありがとうございます。私自身も論じたいことはたくさんありますけれども、またそのときに改めてと思います。橋本委員。

○消費者委員会橋本委員 オブザーバー参加で意見を言っていていいかどうか、ちょっとわからなかったのですが、本日の論議、本当に具体的な提案をしていただき、議論もかなり深まったのではないかと考えております。ただ、先ほど増田委員からもお話がありましたけれども、現場でどういうふうに使やすいものができるのかというのを、私どもにとってはきちんと見ていかなければいけないかなと思っています。

相談現場は、今日は消費者契約法の話ですが、いろいろな形で消費者が救済されることが大事なことであって、この消費者契約法だけではない、いろいろなことも今後どういう形でできるかというのは、今後の議論になると石戸谷代理も言うておりましたけれども、では、消費者契約法ならではの消費者を助ける方法があるのだと、各法律のいろいろな特徴を生かして、こういった論議をしていていただきたいなど、今日のお話を伺って、私が意見とも言えない感想ですが、今後の論議の中でそういったことを少し頭の中にとどめて、みんなで論議していければなと思っています。

以上でございます。

○山本（敬）座長 どうもありがとうございます。

後藤委員。

○後藤（準）委員 私、ちょっと感想というか、改めて意見を述べさせていただく機会がありますので、そのときに述べたいと思いますけれども、全体として、今日の丸山委員のお話もお聞きしていて、我々事業者にとっては、このままの状況ですとかなり大変なことになる。現実の対応として、細かなところまでいくと何をやればいいのか。例えば情報提供の範囲1つをとっても、事業者の規模を申し上げては非常に申しわけないですけれども、小規模事業者にとってはかなりの負担です。こういったことを本当に現実対応でどこまでやればいいのか。

例えば保険業界の約款のように細かなものをつくって、それは必ず参照してください、ボタンを押せばインターネット上でちゃんと書いてありますよ。そういうことをやっていけばいいのか。それから、広告1つ打つにしても、専門家に見てもらって、これは安全で問題がありませんよと言われるようにしなきゃいけないのか。要するに、大きな会社でしたら、それは専門の部署があって簡単にできる話だと思いますが、通常の中小・小規模企業の場合、なかなかそこまでいかないのです。

そうすると、一体誰にこういう細かな部分まで相談したらいいのかという問題が現実の問題として出てくる。当初申し上げましたけれども、現実対応できるような議論をしないと、世の中で最高にいいものをつくろうとしても、なかなか現実対応できない。その辺を十分御理解の上、この議論を進めていただきたい。これは感想でございます。

○山本（敬）座長 どうもありがとうございました。よろしいでしょうか。

それでは、長時間にわたり活発な御議論をいただきまして、ありがとうございました。問題点が回を重ねるごとにはっきりとしてきているように思います。それでは、今日の意見交換はこのあたりにさせていただきたいと思います。

《 4 . 閉 会 》

○山本（敬）座長 最後に、事務局から事務連絡をお願いいたします。

○金児企画官 本日も熱心な御議論をどうもありがとうございました。

次回は、1月30日金曜日、16時からの開催を予定しております。議題等、詳細については後日御案内いたしますので、よろしくをお願いいたします。

以上です。

○山本（敬）座長 それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。お忙しいところお集まりいただきまして、どうもありがとうございました。

以 上