

第3回消費者契約法専門調査会で出された主な御意見の概要

◎ 誤認取消権の改正

不実告知

① 「勧誘をするに際し」要件の削除

- ・ 広告といっても企業のイメージ広告のような場合、あるいは、広告を出している事業者と消費者と実際に取引する事業者が違う場合等もあるが、どこまでが取消しの対象となり得るのか。
- ・ メーカーが商品広告や表示を行っており、小売では勧誘というほどの勧誘を特段やっていないケースにおいて、小売は不利益事実の不告知にならないように、記載の仕方等について自ら努力をしなければいけないのか。
- ・ 売主である小売自身は不実告知をしているわけではないと認定できる場合には、第5条の問題として整理される。最終的な責任主体がメーカーとなるなら、小売りに極端な負担がかかることはないのではないか。
- ・ ケースによっては、小売自身が不実告知をしたと解釈される場合もある。
- ・ 5条の問題として整理される場合も、小売がメーカーに宣伝活動を介して情報提供を任せていると言える場合には、不実告知として取り消せるということになると思われる。
- ・ 事例のように「100%イギリス人」というような記載は実態としては滅多に無く、むしろ多いのは、どこか1カ所には「イギリス人」講師によると書いてあるが、他のところではイギリス人ではない方もいらっしゃいますと書かれているような場合であろうが、一つのページだけで判断するのではなく、総合的に見るということでのよいのか。
- ・ 総合的に見るべきというのは、そのとおりと考えられる。その上で、不実告知と言えるような場合かどうかは解釈の問題と思われる。
- ・ 広告に関して、打ち消し表示をどれだけの分量でやるかということは、特定商取引法の通信販売の部分や景品表示法との関連もある。しかし、これらは民事的なルールにつながっているわけではないので、その観点からいえば、消費者契約法の方で規定する必要があるだろうと考える。

② 重要事項における限定列举の削除

- ・ 「消費者の意思表示をするか否かについての判断に通常影響を及ぼす」という要件では、曖昧過ぎるのではないかという点が懸念される。
- ・ 「通常」という判断について、一般消費者等を前提に典型的にみられるものだけで良いのかどうか、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をどこまで取り込んでくるのかというのは一つの論点である。

断定的判断の提供

- ・ 現行法が、少なくとも条文上は財産的なことに限定されていると読めるというのが非常に限定的で良くないとは思っているが、「不確実な事項」という要件では、幅広くなり過ぎないか。
- ・ 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ような事例であれば、断定的判断で受けてもいいが、そこまでいくと、むしろ不実告知になるのではないか。断定的判断の提供の対象を金融的なもの以外にも広げるのならば、もう少し前提要件がないと難しいのではないか。

不利益事実の不告知

- ・ 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という観点から限定を加えるという方向は、現行の第4条第4項1号2号の条文とも整合的である。
- ・ 事業者の故意が認定できる場合は、重要事項を限定的に捉えずに取消しを認めることもあり得るのではないか。他の立法バリエーションとして書かれているものも、どれか1個ということではなく、2方面から規定することも一つのアイデアである。
- ・ 故意要件の削除、利益告知要件の削除、重要事項の限定という提案と、他の立法バリエーションは、排他的な関係にないものが多い。調整は必要ではあるが、両方という選択肢もあり得る。
- ・ 故意要件を残す特定商取引法のモデルを消費者契約法に取り入れるという案については、故意要件を残しても具体的問題に活用可能か等について、実務家や相談員の方からも意見を聞いた方がよいと思われる。
- ・ 故意要件の削除に賛成。日弁連試案が先行行為を残して重要事項を限定しない提言をしているのは、重要事項は不実告知と同じ方がわかりやすいのではないか、動機部分でも重要な不告知はあるのではないか、先行行為の残存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いった観点に基づく。
- ・ 情報提供義務違反の構成とどう異なるのか、また、そもそも現行法の不利益事実の不告知類型をどう位置付けるかについては解釈の可能性が幾つかある。不実告知の亜種として解すると情報提供義務違反とはかなり類型が違う。他方で、適切な情報提供を行っていない不作為型と解すると今回のプレゼンテーションにおける提案のようになるが、現行の類型をそういう形で展開していくことでよいのか。
- ・ 今回のプレゼンテーションにおける提案は、作為型から不作為型にシフトするという狙っている。第4条第4項の1号2号に対象を限定するものではあるが、情報提供義務違反の取消権の一つのバリエーションという位置づけになる。
- ・ 第4条第2項の立法時の理解は確かにいろいろ議論があったが、その後の裁判例では、作為型と言えるような場合と同時に、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というケースも少なくない。

◎ 困惑取消権の改正

- ・ 困惑取消を非身体拘束型の困惑惹起行為に拡大することに賛成。要件論に関しても、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。日弁連試案では、靈感商法を念頭におき、不安や心理的負担を与える言動も列挙に付加しているので、併せてご検討いただきたい。
- ・ 例示として、1号2号という形で退去妨害と不退去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。もう少し、靈感商法的なものとか、そういう身体拘束を伴わないようなものも例に挙げた方が良いのではないか。
- ・ 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。
- ・ 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をそれに相応しい適切な範囲に限定する必要があるという観点からは、プレゼンテーションのレジюмеに記載されているように「解釈の余地があるのは民事ルールとしてはむしろ当然。」と言ってしまうことには反対である。
- ・ 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ものを例示する方向性は良いと思う。特定商取引法の省令でつきまとい勧誘などが列挙されているのが他の例示を考える際の参考となる。
- ・ 例示を付け加える際には、状況濫用取消権の条文と重ならないかということを含めなければならない。

◎ 状況濫用（つけ込み）取消権の創設

- ・ 状況濫用取消権の創設は、金融商品販売に関するいわゆる適合性原則と同じ趣旨かと思われる。そうであれば、全ての消費者を相手に一律に対応するのではなく、高齢者や未成年者といったきめ細かな区分が必要になってくるのではないか。
- ・ 状況濫用取消権は、適合性原則そのものではないし、消費者の合理的な判断ができないところに着目するものであって、その最たる例は高齢者・未成年者がかかわる取引ではあるが、条文では限定せず、判断力や知識の不足といった文言で広く捉えたほうがよいと考える。
- ・ 高齢者・未成年者というのは見れば明らかなので考えやすいが、40代、50代であっても、精神的に不安定な状況に陥っている場合や、職を失ったような状況などに、そこから脱却できるかのような勧誘を受け、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いる。
- ・ 状況の濫用（つけ込み）取消権の創設というご提案に賛成。高齢者被害などは困惑取消の拡大だけでは対処し切れない。未成年・高齢者以外にも、疾病によって判断力が不足しているといった類型もあるので、丸山委員ご提案のような抽象的な要件での立法のほうが望ましい。
- ・ 困窮・切迫により自分に不利な契約を締結するケースとして、過去の裁判例では、

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事例や、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事例などがある。

- ・ 例 8 のようなケースにおいて、「女性は販売会社に雇われていた」というようなことがない場合でも、広く対象に含まれてしまうことにならないのか。
- ・ 問題のないような事例については、「不当に利用し」の要件を充足しないということで、対応できると考えられる。
- ・ 判例で、取消しでなく、公序良俗違反ないし暴利行為で無効となっている事案について、どこで受けるのか。状況の濫用の中で無効という効果にも対応することを考えるのか。そうではなくて、例えば日弁連の試案にあるような形で、消費者公序違反で無効ということを考えるのか。状況の濫用と消費者公序の関係も問題となる。
- ・ 消費者公序規定を設けず状況濫用規定のみで対応する場合、要件を精査した上で、具体的な問題事例を挙げて、どういうものまで対応でき、あるいはできないのか検討しなければならない。

プレゼンテーションでは取消しの効果論には触れていないが、期間制限は現行法より長くすべきであり、また、不当利得の清算規定についても一定の工夫が必要と考えている。取消しの効果論に手を加えることを前提として、今回のプレゼンテーションでは無効ではなく取消しという効果で揃えている。

◎ 相互関係が問題となる法規定の提案について

情報提供義務規定、誤認取消し規定

- ・ 悪質商法というよりは、通常取引の中で、商品・サービスが非常に複雑であるケース（通信サービス・金融商品・美容医療等）については、情報提供が少なくトラブルになることが大変多い。
- ・ 情報提供義務の法的義務化、損害賠償責任の明定に賛成。実際問題として、プラスで厚い保険金給付が受け取れるという不実告知のもと、他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が、実際にはプラスの保険金を受け取れなかったという事案など、取消しの効果のみの法規範だけでは対処できない消費者被害の実例がある。
- ・ 原則的には一般人が基準となること等の要件を法規範として明確にしておくことは、民法第 709 条の抽象的な規定に委ねておくよりも、法律関係の明確化という観点から望ましい。
- ・ 相手方に対して情報を提供させることを義務づけることは、例えば信義則上の義務や、契約上の一定の付随義務をプラスしてとして初めて正当化される。事業者は消費者に必要な情報提供しなければならないと宣言するだけなら良いが、何か効果的な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。
- ・ 金融商品販売法など他の特別法でも説明義務について効果論まで示しているモデルもある。これらも参考とし、民法第 709 条の他に規定を設ける意味を探っていく必要があると考える。

- ・ 現行法第3条は裁判規範ではなく行為規範として規定されている。それを裁判規範にするという方向だけでなく、例えば適合性などについて、もっと行為規範を設ける方向があってもよいと思う。
- ・ 要件を整理して明確化し、これを条文で示せば、それがすなわち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。
- ・ 現行法では努力義務でしかないところで、消費者としてはもう少ししっかり情報提供してもらいたいと思っている。今後の議論で、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をしっかりと考えていくべきではないか。
- ・ 情報提供義務を一般的な規定として置いた場合、現行の第4条第1項の不実告知や不利益事実の不告知はどういう関係になるのか。
- ・ 第4条第1項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提供や情報の不提供の問題を扱うものとして考えている。今回のプレゼンテーションにおける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が、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について、消費者契約法におけるスタンスを明らかにする趣旨で提案している。
- ・ 情報提供義務については、消費者が取消しまでは望まないが問題あるというケースもある。すぐに取消しということではなく損害賠償的なところで対応できるような規定が必要だと考える。

不当勧誘の一般条項、消費者公序について

- ・ 従来 of 暴利行為も含めたものとして状況濫用（つけ込み）取消権が提案されているが、これとは別に消費者公序規定を設けるのか、設けるとしてどのような効果をつけるかということについては、今後かなりの検討が必要と考える。
- ・ 従来 of 研究会では、消費者公序規定は、主観的な要件だけでなく、内容自体に問題があることも含め、あわせて一本というような形で取消しや損害賠償等を認めるための規定ということだった。
- ・ 消費者公序規定を設ける必要があるかどうかについては、逆に、状況濫用に関する規定だけでは不十分であり、また、民法第90条では使い勝手が悪いといった事例を出して議論する必要があると考える。
- ・ 「消費者保護法規に違反する行為」について損害賠償責任を認める規定を置くという提案について、行政法規違反と民事上の効果という問題に関わるが積極的に考えてよいと思われる。ただし、行政法規といっても、どれが直接に消費者保護に関係しているかどうかということは精査しなければならない。
- ・ 個別規定でどういう射程範囲の規定を設けるかということと、受け皿的な規定の要否・内容は並行して論議すべき問題。先に受け皿規定の方の要否だけを検討するというのは議論の順番として不適切である。
- ・ 業法に違反したからといって、直ちに民事効がないというところがある。その連結点として、消費者取引公序の中で消費者保護に関わる取締法規違反の対応というこ

ともあるのではないか。

◎ その他

- ・ 契約締結過程の論点において、取消権の行使期間や取消しの効果の問題も重要な論点である。
- ・ 情報提供の範囲一つをとっても、仮に、範囲が広げられることになれば、現実の対応として小規模事業者にとってはかなりの負担。大企業と異なり専門部署を持たない中小・小規模企業は、細かな部分まで、一体誰に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。このような現実の対応を理解した上で議論を進めてほしい。

以 上