

「個別法」との関係（総論）

第4回消費者契約法専門調査会（2015年1月30日） 沖野眞巳

- 1 「個別法」との関係についてのこれまでの指摘（第1回～3回+）
 - ・「個別法」と消費者契約法の役割分担
 - 「個別法」がある場合
 - 「個別法」がない場合
 - ・「個別法」の規律の優先
 - 一般法・特別法という適用の優先関係に加えて
 - 当該領域については、「個別法」の専先
 - 民事効について規律を設ける場合、「個別法」に
 - 民事効について規律を設けないという「個別法」の判断の尊重
 - ・「個別法」の規律の総則としての位置
 - 消費者契約の総則としての規律、「個別法」による具体化・具体的規律
 - ・「個別法」の規律の吸い上げ
 - すでに「個別法」で規律がある場合
 - 例 不利益事実の故意の不告知について先行行為を問わない特商法の規律
 - 重要事項についての限定を緩和・排除する特商法の規律
 - 事業者の不当な行為についての特商法省令での例示
 - ※役割分担の問題ではなく、消費者契約法・消費者契約の一般則としてふさわしいもの
のとりこみ、見直し作業の1つの視点
- 2 「個別法」のイメージ、消費者契約法の位置づけ
 - ・「民法、消費者契約法、個別法」という3段階把握
 - ・「個別法」のイメージ
 - 純粋に私法関係の特別法 電子消費者契約特例法
 - 公正な取引方法の確保のための事業者規制法
 - 行為規制と行政的効果
 - 行為規制が向けられた対象・領域・段階
 - 個別の契約締結過程に直接向けられているかどうか
 - 民事効が設けられているかどうか
 - （クーリング・オフを除く）より「民事効」的性格の規律
 - 取消し、解除・解約、損害賠償、契約無効・条項無効
 - 私法関係（個々の契約・取引）についての事業者規制法 特商法
 - 私法関係の前提整備に向けられた事業者規制法 景表法
 - 登録等と結びついた事業者規制法 保険業法、銀行法、貸金業法

私法関係とともに市場整備に力点を置く事業者規制法 金融商品取引法
(競争)市場整備に向けられた事業者規制法 独禁法

・消費者契約法と「個別法」とのずれ

消費者契約法<個別法

対象領域、項目

規律内容における個別法での「踏み込み」か、消費者契約法の「欠落」か
規律の性格

一般私法の性格と、行政規制を中心とした拡充・総合的規律という性格

特に、行為規制からの出発、適正化による顧客利益擁護

3 消費者契約法の性格

- ・私法としての契約法、両当事者間の権利義務
- ・「情報の質及び量並びに交渉力の格差」が構造的に存在し、近代民法が契約の拘束力の前提とする（拘束力を基礎づけるに足る）意思決定の十全さが確保されないことを見据えて、契約の拘束力（契約全体または契約条項）を否定する規律を整備する。それによって、契約の拘束力をもたらすその基礎を確保する。
- ・特に、契約締結過程に関する規律においては、「情報の質及び量並びに交渉力の格差」の構造的な存在、および、契約当事者（交渉当事者を含む）間の権利義務という性格から、事業者の行為に着目し、意思決定のゆがみ・不十分さをとらえて、解消の方法を用意する。
- ・消費者契約法の「見直し」の視点
 - ・拘束力を基礎づけるに足る「意思決定の十全さ」の欠如への対処の(過)不足
 - ・契約内容に対する一方的コントロールを踏まえた規律の(過)不足
 - ・意思決定の十全さが確保されないことが事業者の行為に起因し、消費者に損害を生じさせている点への対処
- ・行為規制について
 - 消費者契約法における充実
 - ・損害賠償の前提としての義務(違反)の抽出
 - ・契約締結過程の「適正化」という視点
 - 消費者契約法の中で行為規制的性格を打ち出す方向も考えられる。その場合、「3段階把握」の中間層としての消費者契約法は、事業者の行為規制という点でも中間的性格を持つことになる。
- 「個別法」との連携
 - 消費者契約の総則規定として、各「個別法」における行為規制を民事効へとつなげる役割
 - 民事効をもたらす要素・基準の抽出 例 各種の情報提供

対象・重要事項、一般想定消費者基準か個別消費者基準か、など
行政的な規律との協働の枠組みの用意 例 (消費者)公序への取り込み
効果の明確化

・「個別法」の不存在に対する受け皿(個別規定がないところを総則規定が規律)としての消費者契約法

「個別法」自体の不存在

民事効自体の不存在

・「個別法」における民事効のモデルとしての消費者契約法

例、取消しの効果等 個別法での規律の枠組みを用意

4 これまでの指摘(第1回~3回+)について

・「講師は全員がイギリス人であることを強調し、ブリティッシュ・イングリッシュの習得をうたう広告」を見て受講契約を締結した場合を例に、通信販売のみに関わるのであれば、虚偽・誇大広告の禁止に対し、特商法で民事効を規定すれば足り、法制上、消費者契約で規律することを基礎づけられないのではないかという疑問

前提条件：通信販売にのみ関わる事項 (設例は、広告を見て店舗で契約)

特商法で民事効(取消規定等)を設ける

(景表法で取消規定等を設ける)

(特商法と消費者契約法とで同一内容の規律となる)

前提条件が充足されない場合

前提条件が充足される場合

事業者により、不特定(多数)の者に向けられた、契約締結のための情報提供が虚偽であり、その虚偽の情報に基づいて、誤認を基礎に契約締結がされた場合、なお契約の拘束力がそのまま維持される(消費者契約法において解消の方法は用意されない)ことの評価

<ちなみに> 広告について

問題の所在。広告の適正化であれば、特商法や景表法。

行為規制の消費者契約法での充実や、「個別法」との連携という場合。

これに対し、事業者によって提供された虚偽の情報、それが、特定の者に個別のルートで提供されるのではなく、契約締結への誘引として、不特定(多数)の者に提供されているときに、「不特定(多数)の者に向けられた」ものである(「宣伝」「広告」である)という一事をもって、不実表示・不実告知の規律から除外することの適否。

現状。解釈問題であり、両論がある。むしろ、不特定多数に向けられた宣伝の形での虚偽情報の提供であっても、それが当該消費者の意思形成に実際に働きかけがあったと評価される場合には、勧誘に当たるとというのが、学説では有力(あるいは

主流)ではないか。広告を入れるか入れないか、という形で論じるよりも、どのようなことがあれば「それが当該消費者の意思形成に実際に働きかけがあったと評価される」のかを整理する方が有意義ではないか。

・行政規制がきちんとしていれば、被害が起り得なかったもの、あるいは拡大が防止できるものというものはある。様々な方面から色々な規制があればよいという発想は、経済活動を委縮させることになり問題であるという指摘。

ベストミックス、相乗効果という観点の指摘。

適正化、被害防止の視点からの規律の検討。消費者契約法の基本は、事業者の行為によってもたらされている意思決定の不十分さが契約の拘束力を基礎づけられない状況を生んでいる、というもの。

行政規制が充実しているなら、契約解消であれ、損害賠償であれ、消費者契約法でそれに対し取消等を認めるとしても問題はおこらない。

民事ルールが存在による影響としての、「過大対応」にどのように応えるのか、という観点。自主的なルールやガイドラインの活用。

・業法を含む特別法や業界のガイドライン等での対処を検討すべきであって、消費者契約法で一般化するのが適切でないものがあり、消費者契約法による手当ての適否について検証する必要があるとの指摘。

消費者契約法に、取消しや無効といった効果を伴わない形での行為規範として規定を設けることがもつ、他の法律やガイドライン等、より根本的には市場参加者へのメッセージ効果の指摘。

ガイドラインについては、さらにその拠り所の必要性（何のガイドラインなのか）。

・業法等の制定、改正経緯等を検証、考慮する必要がある。例えば、金融商品取引法では、不招請勧誘や再勧誘について既に規定されているが、投資家側に損害賠償の権利まで付与されていないこととの整合性、勧誘概念と広告概念が区別されているという規制の枠組みとの整合性、景表法が改正されその規制の実効性が拡充されたばかりであってその効果を見極める必要性、など。

損害賠償が規定されていないのは、損害賠償を否定する趣旨ではなく、私法ルールに委ねる趣旨であって、その私法ルールをどう明確化できるかという問題。

規制の枠組みは、その規制の効果（行政的効果等）と連動しているものであって、契約法の規律として対応するわけではない。

景表法の改正については、総論的に上記。なお、それによって、広告等を通じた不適切な情報提供が一扫されるという趣旨なのか、現実的な想定と言えるだろうか。