

フランスの「消費者」概念と「非事業者」概念

法政大学 大澤 彩

1. フランス消費法典における「消費者」概念

フランス消費法典の巻頭規定には、次のような「消費者」の定義規定がある。

本法典において「消費者」とは、その者の商業、工業、手工業、または自由専門職としての活動範囲に入らない目的で行為するすべての自然人をいう。

この定義は2014年の消費法典改正で設けられたものである。それまでフランス消費法典には「消費者」の定義は設けられておらず、学説上、「消費者とは、物ないし役務を非事業的な利用、つまりは個人または家庭における利用のために獲得する者」であると考えられているにすぎなかった。ところが、2011年に「消費者の権利に関するEU指令」で「消費者」の定義が設けられたことを受け、2014年の消費法典改正でこの定義を国内法化するに至った。

以上の定義から、フランス消費法典において「消費者」とされるためには、個人または家庭のために契約を締結する「個人」でなければならないこととなる。

2. フランス消費法典における「非事業者」概念

フランス消費法典においては、「消費者」と並んで「非事業者 (non-professionnel)」という概念が用いられていることがある。例えば、濫用条項規制に関する以下の規定である。

消費法典 L.132-1 条 1 項 事業者と非事業者または消費者との間で締結された契約における、非事業者または消費者を犠牲にして、契約当事者の権利と債務の間に著しい不均衡を生じさせる目的または効果をもつ条項は、濫用的なものである。

この規定では、事業者と契約をした「消費者」のみならず「非事業者」もまた濫用条項規制による保護を受けるということが定められている。そして、この規定があることから、いわゆる厳密な意味での「消費者」にあてはまらない者であっても、例えば投資行為を行う預金者（動産への出資、貸貸するための不動産を購入する個人）、物を売る個人（例えば中古車を売る個人）が「非事業者」として消費法典による保護を受ける余地があるとされている。

「非事業者」概念は、他にも書面の提示に関する規定（消費法典 L.133-1 条）、契約の解釈に関する規定（消費法典 L.133-2 条。いわゆる「作成者不利の原則」）、契約の更新に関する規定（消費法典 L.136-1 条）で設けられている。

3. 消費法典による保護の拡張可能性

フランスでも、厳密な意味での「消費者」には当たらない当事者についても消費法典による保護を拡張すべきか否かが問題とされる場合がある。それは主に以下の2つの場合である。

(1) 自己の専門分野外における契約を締結した事業者

事業のために契約をしてはいるが、自分の専門分野外の契約をしている者について、消費法典による保護を拡張すべきかが問題となる。この場合、当該当事者が「事業のために」契約をしている以上、2014年改正で設けられた「消費者」の定義はもちろん、それ以前の学説による「消費者」の定義によっても、「消費者」にはあたらない。

このような場合につき、当初破毀院（日本の最高裁判所にあたる）では、自己の専門分野外における契約を締結する事業者は、通常の消費者の無知の状態と同じであるとして、消費法典による保護を認めていたが（破毀院第1民事部1987年4月28日判決）、その後、事業者間契約の場合には一切消費法典による保護が認められないといった厳格な解釈がとられるようになった。ところが、破毀院は1995年1月24日の第1民事部判決において、消費法典の規定は、「事業活動と直接の関係をもつ物・サービス提供契約には適用されない」との判断が示され、この「事業活動と直接の関係」の有無を消費法典による保護が認められるか否かの基準とする判断方法が確立するに至る。

この基準によれば、「事業活動と直接の関係」を有さない契約を締結した事業者であれば消費法典による保護を受ける余地が出てくる。もっとも、事業活動との「直接の関係」がない契約を締結しているという理由で事業者が消費法典による保護を受けた事例は（少なくとも破毀院判決では）見当たらず、結局、事業者が消費法典によって保護を受ける可能性は極めて低いと言える。また、「直接の関係」という基準についても、その基準の曖昧さゆえ、学説では批判が強い。

(2) 法人その他の団体

フランスでも法人その他の団体が事業者との間で契約を締結した場合に消費法典における濫用条項規制による保護を受けることがありうるのかが問題とされている。

これについて、破毀院第1民事部2005年3月15日判決は、法人は「消費者」ではないが、「非事業者」にあたりうることから、消費法典による保護が認められる可能性があることを示した（この事件では事業者団体が消費法典による保護を受けるかが争点とされている）。このように、フランスでは「法人」は「消費者」にはあたらないが「非事業者」にあたりうることから、消費法典による保護を受けることがありうることが一般論としては認められている。そして、2014年の改正で前述した「消費者」の定義が設けられた現在でも、「非事業者」概念によって法人への消費法典による保護の余地が認められるという点は変わっていない。

ただし、実際に消費法典による保護を認めるか否かを判断するにあたっては当該法人が締結

した契約が「事業活動と直接の関係」を有する契約であるか否かが基準とされる（破毀院第 1 民事部 2005 年 9 月 27 日判決。フランス陸上連盟の事案）。しかし、実際には法人が締結する契約の多くが「事業活動と直接の関係を有する」ものであることから、消費法典による保護を受ける余地は大きくないといえよう。実際、前掲 2005 年 3 月 15 日判決や 2005 年 9 月 27 日判決は、結論としては当該事業者団体が事業者との間で締結した契約が当該事業者団体の「事業活動と直接の関係」を有するものであることを理由に、消費法典による保護を否定している。

その他に、法人の性質に応じて消費法典による保護を認めるという方向性も指摘されていないわけではない。具体的には、営利法人であれば消費法典による保護を受けないが、共同所有者組合のような非営利法人が事業目的以外で契約を締結する場合には「非事業者」にあたるとして消費法典による保護を認めるといったものである。実際、「非事業者」概念があることで、事業と直接の関係を有さない目的で契約を締結する非営利法人に消費法典の適用が認められる余地は残されているものの、このような消費法典による保護範囲の拡張は法的安定性を害するものであるとして消極的な声が強い（Jean Calais-Auloy, et Henri Temple, *Droit de la consommation*, 9^eéd, Dalloz, 2015, n°13）。

4. 中小事業者への消費法典による保護拡張について

2014 年の消費法典改正によって、隔地者間契約および営業所外契約（いわゆる訪問販売）に関する消費法典の一部が（情報提供義務、書面交付義務、撤回権（いわゆるクーリング・オフ）等）、「従業員 5 人以下の事業者」が「主要な事業活動範囲外で」、相手方である事業者と契約を締結した場合にも適用されることになった（消費法典 L.121-16-1-III 条）。もともと訪問販売については、それが事業者の営業の範囲内でなされた活動に直接の関係を有するときには消費法典の規定が適用されないという条文が存在した（消費法典旧 L.121-22 条 4 号。なお、この条文が、前述した濫用条項規制における「直接の関係」という基準に影響を与えたとされている）。この条文が 2014 年の改正で削除され、代わりに従業員の人数および「主要な事業活動範囲」外か否かという基準が設けられたことにより、客観的な基準で消費法典の適用範囲が画されることになったと評されている（Carole Aubert de Vincelles et Natacha Sauphanor-Brouillaud, *Loi du 17 mars 2014 : nouvelles mesures protectrice du consommateur*, D.2014.chr.879）。

もっとも、新规定に対しては、このような適用範囲の拡張が営業所外契約の場面以外にまで広がるべきではないという慎重な意見もある。結局、全体的に見れば、フランスでは消費法典の規定は、基本的には厳密な意味での「消費者」のみに適用されるべきであるという意見が有力である（条文で事業者への適用が認められている保証や製品・役務の安全規制といった場合は除く）。その理由としては、専門分野外でとはいえ事業目的で契約をする者がいわゆる消費者と同じぐらい無力と言えるのかははっきりしないことや、消費法典の規定の適用範囲をむやみに拡張することは消費者法の適用領域を曖昧にし、法的安定性を害することがあげられている

(Jean Calais-Auloy, et Henri Temple, *Droit de la consommation*, 9^eéd, Dalloz, 2015, n°12)。

※以上の内容は消費法典の条文や基本的な消費者法の概説書をもとにした概要にすぎません。
今後の議論の中で必要に応じて補足し、わが国での議論への示唆が得られるようにしたいと思います。