

「個別論点の検討(7)」に関する意見

2015年6月30日

委員 山本健司

1 「勧誘」要件の在り方／第三者による不当勧誘

1-1. 「勧誘」要件の在り方

事業者による不特定の消費者に対する働きかけであっても、一定のものについては、そこに不実告知等があり、消費者がそれによる誤認に基づいて意思表示をした場合には、消費者契約法の取消しの規律を適用することとするという考え方について、どう考えるか。

＜具体的な対応＞

【A案】 「消費者契約の締結について勧誘をするに際し」という文言に代えて、「当該事業者との特定の取引を誘引する目的をもってする行為をするに際し」という趣旨の文言とする。

【B案】 「消費者契約の締結について勧誘をするに際し」という文言に代えて、「消費者契約の締結について勧誘（不特定の者に対するものを含む。）をするに際し」という趣旨の文言とする。

【C案】 「消費者契約の締結について勧誘をするに際し」という文言を維持し、解釈に委ねる。

【 意見 】

A案に賛成する。

【 理由 】

- 1 事例1-1-1のように、不特定の者に向けられた事実と反する広告等に基づいて消費者が誤認による意思表示をしてしまう事案、取消を認めることが相当な事案が現に存在する。不当勧誘行為の相手方を特定人に限定することは狭きにすぎる。
- 2 また、現在の「勧誘をするに際し」という法文のままでは、不特定の者に向けられた広告等の事案に消費者取消権を行使できるのか否か、解釈が別れる状態が続く可能性がある。この点は法文で明確に規定すべきである。
- 3 具体的な対応の在り方としては、B案でも良いと考えるが、適用場面の明確化という観点からはA案の方が望ましいと思われる。

ただし、A案の「目的をもってする」という部分については、当該事業者の主観で決まる要件であるかのような誤解を招かないよう、さらに表現を推敲するか、資料1の6頁の脚注5で注記されているような一般的な消費者を基準として客観的状況を踏まえて実質的に判断される要件である旨を消費者庁の逐条解説で明らかにしておくといった手当てが必要と考える。

1-2. 第三者による不当勧誘

- ① 消費者の事業者に対する意思表示について、第三者が不当勧誘行為を行った場合において、消費者が当該第三者の行為による誤認又は困惑に基づいて意思表示をしたことを、事業者が知っていたとき又は知ることができたときには、当該消費者がその意思表示を取り消すことができるという趣旨の規定を設けるという考え方について、どう考えるか。
(注) 委託を受けていない第三者の行為が問題となる場合については、1-1. の論点の結論に関わらず、現行法の「勧誘」の規定を維持するという考え方もあり得る。
- ② 法第5条第1項の「消費者契約の締結について媒介をすることの委託」という文言に代えて、「消費者契約の締結について勧誘をすることの委託」という趣旨の文言とすることにより、同条項の適用場面を拡大することを明示するという考え方もあるが、この点については、現行法の解釈に委ねることとしてはどうか。

【 意見 】

- 1 ①の点について
規定を設ける考え方に賛成する。
- 2 ②の点について
消費者庁の逐条解説において「必ずしも契約締結の直前までの必要な段取り等を第三者が行っていないなくても『媒介』に当たる可能性がある」旨が明示的に記載されるという前提であれば、賛成する。

【 理由 】

- 1 ①の点について
 - (一) 消費者契約の相手方である事業者が「当該消費者が第三者の不当勧誘行為に起因する誤認等に陥った状態で意思表示をしている」という事実経緯を認識している場合や認識して然るべきと評価できる場合には、詐欺の場合に民法第96条第2項で想定されているケースと利益状況が近似しており、表意者（被害者）の利益と相手方の利益との衡量ないし調整という観点から、表意者の取消権が肯定されて然るべきである。
 - (二) 契約当事者である事業者と全く無関係な第三者がネット上で書き込んだ評判やテレビ番組での出演者のコメントなどでは、通常、消費者取消権の要件を満たさないように思われる。
- 2 ②の点について
 - (一) 消費者庁の逐条解説の「媒介」に関する「契約の直前までの必要な段取り等を第三者が行われなければならない」という解釈は、第5条第1項の立法趣旨から考えても、「媒介」という字句の一般的な意義から考えても、狭すぎる。事業者が第三者に委託する尽力の対象が消費者契約の締結に至る一連の過程の一部であっても「媒介」に該当し得るとの解釈が合理的である。
 - (二) 上記の点を踏まえて、消費者庁の逐条解説で「必ずしも契約締結の直前までの必要な段取り等を第三者が行っていないなくても『媒介』に当たる可能性がある」旨が明示的に記載されるのであれば、この点については解釈に委ねることに賛成できる（「媒介」という字句の改正には固執しない）。

2. 不利益事実の不告知／重要事項／情報提供義務

2-1. 不利益事実の不告知（不実告知型）

不利益事実の不告知（不実告知型）について、先行行為要件（「利益となる旨を告げ」ること）を維持した上で、不告知の故意要件（「故意に告げなかったこと」）を削除する考え方について、どう考えるか。

<具体的な対応>

現行法の不実告知（法第4条第1項第1号）とあわせて、「消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実（当該告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を告げなかったことにより、当該事実が存在しないとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる」という趣旨の規定を設ける。

【 意見 】

賛成する。

【 理由 】

- 1 不利益事実の不告知のうち不実告知型は、利益となる旨だけを告げる行為（先行行為）それ自体が不実告知とも言い得る類型であるから、不実告知と同様に故意要件を不要とすべきである。実際上も、故意要件があるゆえに、不利益事実の不告知の規定は、実務的に非常に使いづらい。
- 2 具体的な対応としては、現行法の不実告知とあわせて、第4条第1項に規定することが適当である。
- 3 なお、不実告知型は、利益となる旨だけを告げる行為（先行行為）それ自体が不実告知とも言い得る類型であるから、不告知という不作為を規律する法第4条第2項但書に相当する規定は不要である。

2-2. 重要事項

「重要事項」（法第4条第4項）について、不実告知（法第4条第1項第1号）及び不利益事実の不告知（不実告知型）に適用されることを念頭に27、同条第4項各号に限られないこととすべきという考え方について、どう考えるか。

<具体的な対応>

【A案】法第4条第4項各号の事項に「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」のほか、例えば（事例2-2-6を念頭に）「当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件が有利であると認められる事情に関する事項」や（事例2-2-7を念頭に）「当該消費者契約の締結が合理的であると認められる事情に関する事項」等の事項を加える。

【B案】法第4条第4項各号の事項に「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」を加えた上で、同条項各号が例示であることを明示する。

【 意見 】

B案に賛成する。また、「契約締結の必要性」以外の列挙事由を定めることにも賛成する。

【 理由 】

- 1 契約動機など契約締結の前提となる事項に関する不実告知等の紛争は極めて多く、特定商取引法にならって、かかる紛争に消費者契約法の取消権が問題なく認められるようにすることは、極めて重要である。
- 2 問題は具体的な対応の在り方であるが、適用範囲の明確化に配慮して、「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」など、できるだけ具体的な事由を列挙事由に付加することは有用と考える。
- 3 もっとも、立法技術との関係で全てのケースを列挙しきれぬかは不透明であるし、将来の新しいタイプの不実告知にも対応できるようにしておくことは有用である（被害の後追いにならない）。そのためには、具体的な列挙事由を増やしたうえでそれらが例示列挙であるとしておくことが最も望ましい。
- 4 また、例示列挙としても、列挙事由に比肩するような「消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの」という要件を満たす必要がある以上、無限定な拡大のおそれはない。

2-3. 情報提供義務／不利益事実の不告知（不告知型）

- 1 契約締結過程における事業者の消費者に対する情報提供義務が問題となる事案のうち、契約の効力を否定すべきものについては、不利益事実の不告知（不告知型）において検討してはどうか。
- 2 不告知型について、不告知の故意要件（「故意に告げなかったこと」）を維持した上で、先行行為要件（「利益となる旨を告げ」ること）を削除する場合、取消しが認められる故意の不告知の対象となる事項をどのように限定するか。
- 3 情報提供義務を法的義務とした上で、情報提供義務違反の効果として消費者が事業者に対して損害賠償を請求することができるとする場合、情報提供義務の発生要件をどのように定めるか。

【 意見 】

- 1 契約の効力否定を不利益事実の不告知（不告知型）で検討すること賛成する。
- 2 不告知型について故意の不告知の対象となる事項をどのように限定するか現行法の重要事項とする考え方に賛成する。なお、主観的要件として過失（重過失）を付加する考え方について引き続き検討すべきである。
- 3 情報提供義務の発生要件
下記の日弁連試案第3条のような規定を検討すべきと考える。

< 日弁連改正試案(2014年版) >

第3条 事業者は、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、消費者に対し、当該契約に関する事項であって、次の各号に掲げるものについて、その情報を提供し、説明しなければならない。

- 一 当該消費者契約を締結するか否かに関して消費者の判断に通常影響を及ぼすべきもの
- 二 当該消費者契約を締結するか否かに関して当該消費者の判断に特に影響を及ぼすもの(当該消費者の当該判断に特に影響を及ぼすものであることを当該事業者が当該消費者契約締結時に知り、又は知ることができる場合に限る。)

2 前項の場合には、事業者は、消費者が通常理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明をしなければならない。ただし、当該消費者が理解することが困難であると認められる事情があり、かつ、当該事業者が当該消費者契約締結時に当該事情を知り、又は知ることができる場合には、当該事業者は、当該消費者が理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明しなければならない。

【 理由 】

1 契約の効力否定を不利益事実の不告知(不告知型)で検討すること

不利益事実の不告知(不告知型)の効果は取消、情報提供義務違反の効果は損害賠償請求と分けて規律した方が理解し易い。

2 不告知型について故意の不告知の対象となる事項をどのように限定するか

- (一) 法第4条第4項の重要事項は、本法制定以来、判例・学説の積み重ねがあることから、上記で対象を画するのが平易である。
- (二) 主観的要件として過失(重過失)を付加する考え方について、引き続き検討すべきである。

3 情報提供義務の発生要件

- (一) 民法改正における議論とは異なり、消費者契約においては契約当事者間に構造的な情報・交渉力格差があること、それを是正すべきことが前提となっている。したがって、少なくとも、一般通常人を基準として、当該消費者契約を締結するか否かに関して消費者の判断に通常影響を及ぼすべき事由については、事業者は、消費者に対し、法的な情報提供義務を負担することを明記すべきである。
- (二) また、情報提供義務については、実務上、提供すべき情報の範囲という問題以外にも、情報提供の方法・程度が問題とされることも多いことから、この点についても規定しておくことが望ましい。
- (三) 具体的な在り方としては、上述の日弁連試案第3条のような規定内容の立法化を検討すべきと考える。

以上