

【内閣府消費者委員会 第4回 成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ 資料】
若年者の契約締結における適合性の配慮について

平成 28 (2016) 年 11 月 1 日
中央大学大学院法務研究科教授
宮下 修一

1. 成年年齢引下げと若年者の「不適合」な契約締結をめぐるトラブル増加の可能性

契約当事者 18 歳・19 歳の相談件数 ~ 20 歳以上に較べて非常に少ない

(独立行政法人国民生活センター相談情報部「若者の消費者トラブルの実態 相談現場からの報告」第 1 回本WG・資料 2 3 頁)

未成年者取消し(民法 5 条)行使の懸念から、事業者が勧誘を控える傾向があるのではないか?

仮に、成年年齢が引き下げられると、従来はトラブルがそれほど多くなかった取引に関する勧誘が増加する可能性(上記資料 5 頁も参照)

若年者は、契約締結に必要で十分な情報収集力・判断力を備えているか?

大学 1 ~ 4 年生の調査では、「商品を購入する際には、『インターネットからの情報を参考』にしている」学生が約 8 割、「欲しいものは我慢しないで買う」学生が約 5 割、「多少高額なものであっても、自分の趣味のためであれば購入」する学生が約 6 割との指摘(ただし、学年別のデータは不明)

(全国大学生生活協同組合連合会『2014 年大学生の意識調査』概要報告〔2015 年 4 月 17 日〕 / <http://www.univcoop.or.jp/press/mind/report-mind2014.html>)

実際に、商品購入・役務提供等の勧誘がなされた場合に、インターネット上で表面的に得た知識をもとに、実際の必要性や支払能力を十分に考慮しないままに、自らに適合しない(=自らに不適合な)商品を購入したり、役務の提供を受けたりする者も少なからず存在するのではないか?

未成年者取消権による保護が図られなくなると、そのようなケースが増加する可能性

そこで 若年者が自らに適合しない(=不適合な)契約を締結した場合の救済法理を考える必要はないか?

=いわゆる「適合性原則」を活用する方法はないか?

2. 「適合性原則」とは何か

適合性（の）原則

= 取引（特に投資取引）を勧誘する際に、知識・経験・投資目的・財産状況等に照らして、当該取引をするためにふさわしい能力を有していない者に対して不適当な勧誘をしてはならないというルール

- ・ 1974年に証券取引の分野に行政通達の形で導入され、その後、1992年に旧証券取引法で立法による明文化を経て、徐々に金融サービス、さらに投資サービス取引分野全般をカバーするようになってきた（行政通達・立法等の沿革の詳細については、王冷然『適合性原則と私法秩序』（信山社、2010年）3～14頁、19～33頁を参照）。

金融審議会第一部会「中間整理（第一次）」（1999年7月6日）：「広義・狭義『二分論』」

「狭義」の適合性原則

= 「ある特定の利用者に対してはどんなに説明を尽くしても一定の商品の販売・勧誘を行ってはならない」というルール

= 取引に適合しない者を市場から排除するルール

《立法例》金融商品取引法 40 条 1 項・商品先物取引法 215 条

民事的効力に関する定めはない

「広義」の適合性原則

= 「事業者が利用者の知識・経験、財産力、投資目的に適合した形で勧誘（あるいは販売）を行わなければならない」というルール

= 取引を希望する者をまずは市場に参加させたうえで、勧誘における説明や助言を通してその者が取引に適合できるようにするルール

《立法例》金融商品販売法 3 条 2 項・商品先物取引法 218 条 2 項

説明義務違反に基づく損害賠償責任に結びつく

上記の「二分論」に対する学説からの批判も根強い

適合性原則の内容や適用範囲、要件、効果等については、さまざまな見解が存在

（宮下・後掲関連文献 ・ 参照）

「適合性」～合理的根拠適合性（商品適合性）特定の顧客の取引適合性（取引適合性）顧客の取引数量適合性（量的適合性）などが含まれる（王冷然「米国における適合性原則の現状—適合性原則の内容の深化について」現代消費者法 28 号〔2015 年〕28～29 頁・34～35 頁、村本武志「適合性原則と民法・消費者法」同誌同号 56 頁）

3. 適合性原則の消費者取引への拡大可能性

金融取引・投資取引を超えた「取引の適合性」という観点から「適合性原則」の守備範囲が消費者取引にも拡大しつつある

- ・消費者基本法 = 事業者の責務として適合性原則への配慮を規定（同法 5 条 1 項 3 号）
- ・特定商取引法 = 主務大臣による指示の対象となる行為の一つとして適合性原則違反の勧誘を規定（同法 7 条 4 号・同法施行規則 7 条 3 号〔訪問販売〕、法 22 条 3 号・規則 23 条 3 号〔電話勧誘販売〕、法 38 条 1 項 4 号・規則 31 条 7 号〔連鎖販売取引〕、法 46 条 3 号・規則 39 条 3 号〔特定継続的役務提供〕、法 56 条 1 項 4 号・規則 46 条 3 号〔業務提供誘引販売取引〕、法 58 条の 12 第 3 号・規則 54 条 3 号〔訪問購入〕）
- ・割賦販売法 = 適合性原則に即した業務運営を義務づける規定（同法 35 条の 3 の 20）
- ・貸金業法 = 適合性原則に則した業務を義務づける規定（同法 16 条 3 項）
- ・信託業法 = 適合性原則に則した業務を義務づける規定（同法 24 条 2 項）

適合性原則の根拠～当事者間の「情報力格差」と「交渉力格差」にあると考えられる
（宮下・後掲関連文献 参照）

消費者基本法の理念をふまえれば、双方の格差が典型的に現れる消費者取引に「適合性原則」を導入することは十分可能なのではないか？

もっとも

消費者取引に適合性原則を導入することへの抵抗感も存在

事業者サイドから

- ・適合性原則は、商品特性や顧客の属性を勘案するという個別性のある勧誘ルールであり、消費者契約の一般法である消費者契約法に導入することは不適切である。
（第 4 回消費者契約法専門調査会・資料 3）

消費者サイドから

- ・適合性原則は、顧客の知識や資産状況等について事業者に調査確認義務を課すということにつながるが、消費者取引一般に導入すると、悪質業者が顧客に関する個人情報を収集し、それを他の事業者に流出させるということにもなりかねない。
（日本消費者法学会プレシンポジウム〔2015 年 7 月 11 日開催〕でのフロアからの発言
〔宮下・後掲関連文献〕で紹介）

しかし

事業者サイドからの抵抗感について

- ・若年者や高齢者という顧客の属性に着目した形であれば、ルール化が可能なのでは？

消費者サイドからの抵抗感について

- ・若年や高齢者（とりわけ、通常は資産をあまりもたない若年者）という顧客の属性に着目した形であれば、事業者は、調査という大仰なものではなく、年齢等を確認することが求められるにとどまるのであって、悪質業者が個人情報を収集し、それを他の事業者に流出させるという懸念はかなり薄まるのではないか？

4. 若年者の消費者取引における「適合性の配慮」の必要性と具体的な対応

事業者との間の「情報力格差」・「交渉力格差」が顕著にみられる若年者という顧客の属性に着目しつつ、その若年者に適合しない（＝不適合な）形で取引が行われた場合に、当該取引の効力を失わせる手段を考えることはできないか？

適合性原則違反の判断における考慮要素（宮下・後掲関連文献 参照）

適合性原則違反の裁判例の分析を通して抽出

すべて金融取引・投資取引に関して不法行為責任（ないし債務不履行責任）が争われた裁判例であるが、それ以外の取引にも通有する要素ということが可能では？

商品や取引の内容の「理解力」の存在

知識・経験

取引を行う「必要性」の存在

契約目的 + 意向・財産状況

上述したように、若年者の場合には、知識・経験に乏しく、かつ、十分な財産を有していないことが通例であるので、取引に関する適合性の有無は比較的判断しやすいのではないか？

もともと

「若年者」の範囲などの要件をどのように設定するかがネックとなる

「若年者」であることのみを要件とした規定を設けることは、そう簡単ではない

仮に規定を設けないとすれば、民法等の一般法理等で対応することになるが……

- ・ 一般論として適合性原則違反によって不法行為責任が生じうることを認めた最高裁判決（最判平成 17 年 7 月 14 日民集 59 卷 6 号 1323 頁）の存在
→ 「適合性」ありとする判断のハードルは高めであり、かつ、安易な過失相殺が行われる危険性もある（宮下・後掲関連文献 参照）
- ・ 公序良俗違反や錯誤無効、詐欺取消し等も考えられるが、やはり適用のハードルは高い
- ・ 特定商取引法上のクーリング・オフは、店舗取引では利用できない
- ・ 特定商取引法・消費者契約法上の契約取消権は、その範囲が必ずしも広いとはいえない

↓

現状のルールによるだけでは、これまで未成年者取消権の対象とされてきた若年者の保護を十分に図ることができない

そこで

- [提案 1] 適合性原則の一つの徴表ともいうことができる、いわゆるつけ込み型不当勧誘と接続させる形で、若年者も念頭に置いて年齢等の当事者の属性に着目しつつ、その状況を利用して契約を締結させた場合に契約取消権の行使を認める規定を消費者契約法に設けることはできないか？（宮下・後掲関連文献 参照）

《立法提案》

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、年齢又は精神的な障害があること等を理由とする合理的な判断ができない状況を利用したこと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場合において、それによって当該事業者が不当な（〔代替案〕当該消費者契約と同種の契約を締結した場合に当該事業者通常生ずべき利益を著しく超える）利益を得、又は当該消費者に不必要な（〔代替案〕当該消費者契約を締結しなかったのであれば生じなかったであろう）損害を生じさせたときは、その意思表示を取り消すことができる。

- [提案 2] 消費者取引に際しては顧客の年齢等の属性をふまえた適合性に配慮する必要性があることを、消費者契約法の中で明記することはできないか？（河上正二「思想としての『適合性原則』とそのコロラリー」現代消費者法 28 号〔2015 年〕12～14 頁参照）

- [提案 3] 若年者の取引をめぐるトラブルは特定商取引法の対象となる取引が多い（独立行政法人国民生活センター相談情報部・前出第 1 回本 WG・資料 2 7～8 頁）点をふまえて、現在は省令事項となっている適合性原則を法令に明確に規定したうえで、その内容を契約取消権の行使等にあたって考慮ができるような形で規定ぶりを改めることはできないか？

[提案 4] 若年者に適合しない (= 不適合な) 契約の解消のためのルール(「二分論」における「狭義」の適合性原則に対応)だけではなく、若年者による契約締結が許容される場面において、若年者が自ら十分な検討のもとで意思決定を行うことが可能となるように、消費者契約法等に、事業者に対して当該契約締結に必要な情報提供・説明をする機会を用意させるためのルール(「二分論」における「広義」の適合性原則に対応)を設ける必要があるのではないか？

《立法提案 1》

年齢等を理由とする合理的な判断ができない状況にある消費者につき、事業者の情報提供義務・説明義務違反があった場合における損害賠償責任に関する規定を新設する。

- 1 事業者は、消費者契約の締結について勧誘をするに際して、年齢又は精神的な障害があること等を理由とする合理的な判断ができない(〔代替案〕困難な)状況にある消費者に対し、重要事項について情報を提供(〔代替案〕説明を)しなければならない。
- 2 前項の情報の提供(〔代替案〕説明)は、年齢又は精神的な障害があること等を理由とする合理的な判断ができない(〔代替案〕困難な)状況にある消費者の知識、経験、財産の状況及び当該消費者契約を締結する目的等に照らして、当該消費者に理解されるために必要な方法及び程度によるものでなければならない。
- 3 事業者は、前二項の規定により重要事項について情報を提供(〔代替案〕説明を)しなければならない場合において当該重要事項について情報を提供(〔代替案〕説明を)しなかったときは、これによって生じた当該消費者の損害を賠償する責任を負う。

《立法提案 2》

現行消費者契約法 3 条 1 項の事業者による情報提供努力義務の規定に、若年者も念頭に置き、年齢等に配慮した情報提供を行うべき旨を明記する。

- 1 事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の年齢、知識、経験、財産の状況及び当該消費者契約を締結する目的等に配慮して、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。(現行規定に下線部を追加)

参考条文

金融商品取引法

(適合性の原則等)

第四十条 金融商品取引業者等は、業務の運営の状況が次の各号のいずれかに該当することのないように、その業務を行わなければならない。

一 金融商品取引行為について、顧客の知識、経験、財産の状況及び金融商品取引契約を締結する目的に照らして不相当と認められる勧誘を行つて投資者の保護に欠けることとなつており、又は欠けることとなるおそれがあること。

二 (省略)

商品先物取引法

(適合性の原則)

第二百十五条 商品先物取引業者は、顧客の知識、経験、財産の状況及び商品取引契約を締結する目的に照らして不相当と認められる勧誘を行つて委託者等の保護に欠け、又は欠けることとなるおそれがないように、商品先物取引業を行わなければならない。

(商品先物取引業者の説明義務及び損害賠償責任)

第二百十八条 商品先物取引業者は、商品取引契約を締結しようとする場合には、主務省令で定めるところにより、あらかじめ、顧客に対し、前条第一項各号に掲げる事項について説明をしなければならない。

2 前項の説明は、顧客の知識、経験、財産の状況及び当該商品取引契約を締結しようとする目的に照らして、当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度によるものでなければならない。

3 (省略)

4 商品先物取引業者は、顧客に対し第一項の規定により説明をしなければならない場合において、第二百十四条(第一号に係る部分に限る。)の規定に違反したとき、又は前条第一項第一号から第三号までに掲げる事項について説明をしなかつたときは、これによつて当該顧客の当該商品取引契約につき生じた損害を賠償する責めに任ずる。

金融商品販売法(金融商品の販売等に関する法律)

(金融商品販売業者等の説明義務)

第三条 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行おうとするときは、当該金融商品の販売等に係る金融商品の販売が行われるまでの間に、顧客に対し、次に掲げる事項(以下「重要事項」という。)について説明をしなければならない。

一~七 (省略)

2 前項の説明は、顧客の知識、経験、財産の状況及び当該金融商品の販売に係る契約を締結する目的に照らして、当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度によるものでなければならない。

3～7 (省略)

(金融商品販売業者等の損害賠償責任)

第五条 金融商品販売業者等は、顧客に対し第三条の規定により重要事項について説明をしなければならない場合において当該重要事項について説明をしなかったとき、又は前条の規定に違反して断定的判断の提供等を行ったときは、これによって生じた当該顧客の損害を賠償する責めに任ずる。

消費者基本法

(基本理念)

第二条 (省略)

2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

3～5 (省略)

(事業者の責務等)

第五条 事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

一・二 (省略)

三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。

四・五 (省略)

2 (省略)

特定商取引法(特定商取引に関する法律)

(指示)

第七条 主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者が第三条、第三条の二第二項若しくは第四条から第六条までの規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一～三 (省略)

四 前三号に掲げるもののほか、訪問販売に関する行為であつて、訪問販売に係る取引

の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして
主務省令で定めるもの

特定商取引法（特定商取引に関する法律）施行規則〔省令〕

（訪問販売における禁止行為）

第七条 法第七条第四号の主務省令で定める行為は、次の各号に掲げるものとする。

- 一 （省略）
- 二 老人その他の者の判断力の不足に乘じ、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結させること。
- 三 顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘を行うこと（法第七条第三号に定めるものを除く。）
- 四～七 （省略）

割賦販売法

（業務の運営に関する措置）

第三十五条の三の二十 個別信用購入あつせん業者は、購入者又は役務の提供を受ける者の利益の保護を図るため、経済産業省令・内閣府令で定めるところにより、その個別信用購入あつせんの業務に関して取得した購入者又は役務の提供を受ける者に関する情報の適正な取扱い、その個別信用購入あつせんの業務を第三者に委託する場合における当該業務の適確な遂行、その購入者又は役務の提供を受ける者の知識、経験、財産の状況及び個別信用購入あつせん関係受領契約を締結する目的に照らして適切な業務の実施並びにその購入者又は役務の提供を受ける者からの苦情の適切かつ迅速な処理のために必要な措置を講じなければならない。

貸金業法

（誇大広告の禁止等）

第十六条 （省略）

2 （省略）

3 貸金業者は、資金需要者等の知識、経験、財産の状況及び貸付けの契約の締結の目的に照らして不相当と認められる勧誘を行つて資金需要者等の利益の保護に欠け、又は欠けることとなるおそれがないように、貸金業の業務を行わなければならない。

4・5 （省略）

信託業法

(信託の引受けに係る行為準則)

第二十四条 (省略)

- 2 信託会社は、委託者の知識、経験、財産の状況及び信託契約を締結する目的に照らして適切な信託の引受けを行い、委託者の保護に欠けることのないように業務を営まなければならない。

関連文献 (拙稿のみ)

「適合性原則と民事責任(1)・(2・完)」国民生活研究 52 巻 1 号 1 ~ 19 頁、2 号 (以上、2012 年) 34 ~ 55 頁

「適合性原則違反の判断基準とその精緻化」松浦好治 = 松川正毅 = 千葉恵美子編『市民法の新たな挑戦 (加賀山茂先生還暦記念)』(信山社、2013 年) 115 ~ 147 頁)

「わが国の金融サービス取引・消費者取引での適合性原則に関する学説と裁判例の状況」現代消費者法 28 号 (2015 年) 15 ~ 25 頁

「合理的な判断をすることができない事情を利用した契約の締結」法律時報 88 巻 12 号 (2016 年) 37 ~ 43 頁