

消費者契約法評価検討委員会  
第5回議事録

内閣府 国民生活局

第5回 消費者契約法評価検討委員会  
議事次第

日 時：平成19年4月24日（火） 10:00～12:07

場 所：中央合同庁舎4号館共用第1特別会議室

1. 開 会

2. 議 事

1. 消費者契約法評価検討委員会の今後の予定について
2. 消費者契約法上の各論点についての検討（1）

3. 閉 会

**国民生活審議会消費者政策部会  
消費者契約法評価検討委員会 委員名簿**

委員長	山本 豊	京都大学大学院法学研究科教授
委員	阿部 泰久	社団法人日本経済団体連合会経済第二本部長
	夷石 多賀子	日本女子大学家政学部非常勤講師、常磐大学大学院被害者学研究科兼任教授
	上田 憲	日本弁護士連合会消費者問題対策委員会幹事（弁護士）
	笠井 正俊	京都大学大学院法学研究科教授
	鹿野 菜穂子	應義塾大学大学院法務研究科教授
	菊地 麻緒子	弁護士、電気通信事業者協会消費者支援委員会委員（ソフトバンクモバイル株式会社業務執行役員／法務統括部統括部長）
	藏本 一也	社団法人消費者関連専門家会議理事長
	下谷内 富士子	社団法人全国消費生活相談員協会理事長
	角田 美穂子	横浜国立大学大学院国際社会科学研究科准教授
	田口 義明	独立行政法人国民生活センター理事
	寺田 範雄	全国商工会連合会専務理事
	中田 邦博	龍谷大学法科大学院教授
	野坂 雅一	読売新聞東京本社論説委員
	野村 修也	中央大学法科大学院教授
	町村 泰貴	北海道大学大学院法学研究科教授
	宮川 雄司	東京都生活文化スポーツ局消費生活部長
	村 千鶴子	弁護士、東京経済大学現代法学部教授
	柳川 範之	東京大学大学院経済学研究科・経済学部准教授
	山本 敬三	京都大学大学院法学研究科教授

国民生活審議会消費者政策部会  
第5回消費者契約法評価検討委員会出席者名簿

平成19年4月24日(火) 10:00~12:00  
中央合同庁舎4号館共用第1 特別会議室

委員長	山本 豊	京都大学大学院法学研究科教授
委員	阿部 泰久	社団法人日本経済団体連合会経済第二本部長
	夷石 多賀子	日本女子大学家政学部非常勤講師、常磐大学大学院被害者学 研究科兼任教授
	上田 憲	日本弁護士連合会消費者問題対策委員会幹事(弁護士)
	笠井 正俊	京都大学大学院法学研究科教授
	鹿野 菜穂子	慶應義塾大学大学院法務研究科教授
	菊地 麻緒子	弁護士、電気通信事業者協会消費者支援委員会委員(ソフト バンクモバイル株式会社業務執行役員/法務統括部統括部 長)
	藏本 一也	社団法人消費者関連専門家会議理事長
	下谷内 富士子	社団法人全国消費生活相談員協会理事長
	角田 美穂子	横浜国立大学大学院国際社会科学研究科准教授
	田口 義明	独立行政法人国民生活センター理事
	寺田 範雄	全国商工会連合会専務理事
	中田 邦博	龍谷大学法科大学院教授
	野坂 雅一	読売新聞東京本社論説委員
	町村 泰貴	北海道大学大学院法学研究科教授
	宮川 雄司	東京都生活文化スポーツ局消費生活部長
	村 千鶴子	弁護士、東京経済大学現代法学部教授
	柳川 範之	東京大学大学院経済学研究科・経済学部准教授
	山本 敬三	京都大学大学院法学研究科教授

○山本豊委員長 皆様、どうもおはようございます。

ただいまから、第5回「消費者契約法評価検討委員会」を開催いたします。

本日は、お忙しい中、お集まりいただきまして、誠にありがとうございます。

前回までは関係者からのヒアリングをしてまいりましたが、今回以降、具体的な論点についての検討に入るということで、まず本委員会の今後の予定について、事務局より説明をお願いします。

○井内消費者企画課長 それでは、お手元に資料の1枚紙をお配りしております。資料1を出していただければと思います。

現時点で今後の予定ということで、8月上旬までにおとりまとめいただければということを考えております。

それまでの間、今回第5回からということでございますけれども、消費者契約法上の各論点と消費者基本計画において、平成19年までに一定の結論を得るようにとされている個別の項目である情報提供義務の在り方、不招請勧誘に対する規制の在り方、適合性原則の在り方、インターネット取引の普及に対応するルール・規制の在り方について御議論いただければと考えております。

今回第5回は消費者契約法上の各論点についての検討ということで、そのうち消費者契約の意義、不当勧誘規定について御議論いただくということでございます。次回第6回でございまして、5月下旬、不当条項規定について御議論いただこうと考えております。次に第7回ですが、情報提供義務、適合性原則の2項目について、御議論いただければと思います。

第8回は、不招請勧誘、インターネット取引に対する規制ということと、それと同時に第5回～第7回まで御議論いただいたものの報告書の素案を提示させていただこうと思っております。

こういう流れで、現時点では8月上旬に報告書を取りまとめていただければと考えております。非常にタイトな日程になりますけれども、このような形で進めさせていただければと思っております。

以上です。

○山本豊委員長 それでは、ただいまの説明につきまして、御質問、御意見がございましたら、御発言をお願いいたします。

特にございませぬでしょうか。非常にタイトな日程で、インテンシブな御議論を今後いただかなければなりませんけれども、委員の皆様、よろしくをお願いいたします。

続きまして、今回は、消費者契約法上の各論点（1）といたしまして、消費者契約の意義と不当勧誘行為について、御議論いただくことといたしております。

本日の事務局の資料は「消費者契約の意義」「勧誘をするに際し」「将来における変動が不確実な事項」「不利益事実の不告知」「重要事項」「取消権の行使期間及び法定追認」の6つの論点に分かれております。

まずは前半3つの論点である「消費者契約の意義」「勧誘をするに際し」「将来における変動が不確実な事項」について、事務局より説明をお願いします。

○加納課長補佐 それでは、お手元の資料2に基づきまして、簡単に御説明していきたいと思っております。

資料1の1ページをごらんいただきたいと思います。

「1. 消費者契約の意義」について、論点として提示させていただいております。

消費者契約法上の2条は、消費者及び事業者を定義づけて、その消費者と事業者の間で締結される契約を消費者契約としております。

①をごらんいただきたいのですが、その消費者と事業者の区別につきましては、事業として、また事業のために契約の当事者となるか否かによることとしております。

この消費者、事業者の意義につきまして、②ですが、相談事例を見ますと、消費者契約の意義に関連して、事業者が取引の相手方に事業者名で記入するよう指示している事例。あるいは通話料金が安くなるなどと言って、個人事業者に対し電話機のリース契約を締結させる事例などが見受けられるところです。最近では、インターネット・オークションなどを中心としまして、個人間取引のトラブルに関する事例も見受けられるところです。

③ですが、裁判例におきましては、いわゆる内職商法におけるシステム購入契約について、当該購入者を消費者に該当するとしたもの。あるいは昨今において、新聞報道もよくなされております事例ですが、リース契約を締結する事案というのが裁判例でも問題になっていまして、そのリース契約の事例において、当該契約は消費者契約に該当するものとして、取消しを認めているものもあります。

④ですが、学説におきましては、消費者契約の意義に関しまして、ここに書いてあるような、いろいろな説があるということです。

1つ御紹介いたしますと、最初のボツのところですが、ある契約がその事業のために結ばれたか否かの判断が容易でない場合には、契約上、使用目的が明示的または黙示的に示されていればそれにより、そうでなければ、いずれの使用目的を優越するか、そのことが契約締結時に売主に認識可能であったかによって判断するといった学説もあります。

2ページの四角で囲んでいるところですが、以上を踏まえまして、個人が事業者名義で契約を締結しているといっても、その実質に着目して消費者としてとらえたり、個人間取引であっても、反復継続性に着目して、消費者契約としてとらえるなどの解釈もされるところである。消費者契約の意義については引き続き、今後の運用状況を注視することが適切と考えるがどうかという形でとりまとめております。

次の論点の「勧誘をするに際し」について、御説明したいと思います。12ページです。

消費者契約法上の4条は、いわゆる不当勧誘行為についての取消権について規定しておりますが、それは勧誘をするに際して、一定の不実告知等の行為がなされた場合であるという形になっていきます。

①ですが「勧誘をするに際し」の勧誘の意義につきまして、上から4行目辺りですけれども、特定の者に向けた勧誘方法は含まれるが、不特定多数向けのもの等客観的に見て特定の消費者に働きかけ、個別の契約締結の意思の形成に直接影響を与えられえない場合は、勧誘に含まれないものと整理しているところでございます。

②ですが、しかしながら、消費生活相談事例において、どういうものが多いかということについて見ますと、広告に掲載された不実告知に相当する内容を信じた消費者の事例が見受けられるほか、特に昨今の傾向として特徴的なのは、いわゆるインターネット取引でございまして、インター

ネットの画面上で不実告知や断定的判断の提供に相当する内容が提供され、それを信じた消費者がトラブルに巻き込まれるという事例が増加しているという状況でございます。

③ですが、これに関して、学説においては勧誘の意義について、最初のポツにありますように、不特定多数向けの広告、チラシ等であっても、当該消費者がそれを見て誤認し、それによって当該消費者契約の申込み、またはその承諾の意思表示をしたときは、勧誘に該当するなどとする説が唱えられているところであります。

④ですが、裁判例において、俳優等の養成所を経営する事業者からの当該養成所に入所した消費者に送付された案内書類につきまして、契約の締結について勧誘をするに際して送付されたとした事例があります。

以上を踏まえまして、四角の中ですが、インターネット取引など、必ずしも客観的に見て特定の消費者に働きかけているとまではいえないが、消費者がその情報によって契約締結の意思を形成している場合について、取消しの対象としてとらえるべき必要性について、どのように考えるか。

仮に必要性を認める場合、現行の規定の解釈に委ねることとすべきか。解釈に委ねることとせず、明文で規定することとした場合には、消費者がその情報によって契約締結の意思を形成している場合について、取消しの対象とすることを明記すべき必要性はないかという形で問題提起をさせていただいているところです。

22 ページ「将来における変動が不確実な事項」に移りたいと思います。消費者契約法の4条1項2号は、いわゆる断定的判断の提供に基づく意思表示の取消しについて規定しています。

①ですが、消費者契約法4条1項2号の「その他の将来における変動が不確実な事項」については、消費者の財産上の利得に影響するものであって、将来を見通すことがそもそも困難であるもの。例えば証券取引に関して、将来における各種の指数・数値、金利、通貨の価値をいうものとしているところ です。

これにつきまして、消費生活相談事例はどうかということですが、美容商品や学習教材等に関連して、事業者が財産上の利得以外の事項について断定的な判断を提供して、消費者を誤認させるケースが見受けられるということです。

26 ページの参考3をごらんいただきたいと思います。幾つかの事例が挙げられております。最初の○のところを見ますと、例えば当社の下着を着用すれば必ず痩せるなどというような言い方。2つ目の○のところでしたら、エステの場合で、必ず結果を出すというような言い方。このような例が幾つかの相談事例で見られるところです。

22 ページに戻りまして、③です。裁判例の状況ですが、裁判例においては運勢や将来の生活状態という変動が不確実な事項について、第4条第1項第2号の「その他の将来における変動が不確実な事項」に該当するか否かが争点となり、第一審はこれを認めたが、控訴審はこれを認めなかった。

ただし、当該契約自体は、暴利行為として公序良俗に反し無効としたというところに注意すべきかと思いますが、そういったものがあるところです。また、パチンコで獲得する出玉の数について断定的判断の提供に該当するとしたものもある状況です。

学説の状況ですが、この将来における変動が不確実な事項につきましては、例えば最初のポツにありますように、金融取引における各種の指数・数値、金利、通貨の価値など、消費者の財産上の

利得に影響する将来を見通すことができない経済的事項に必ずしも限定されないと解すべきとする見解があります。

⑤ですが、参考になる他の法令による断定的判断に関する規定としましては、利益を生じることが確実であると誤解させるべき断定的判断を提供する行為。不確実な事項につき断定的判断を提供する行為。将来における契約者配当金その他将来における金額について断定的判断を提供する行為に分類することができるということでもあります。

31 ページの参考6をごらんいただきたいと思います。その中でも33 ページを一つ御紹介したいと思います。

33 ページの下の方の○のところですが、①としまして、宅建業法施行規則。これは法律ではなく規則に関するものですが、第16条の12の1号のイロハのイのところですが、下線を引っ張ってありますけれども、宅建業者に対する行為規制に関する規定として、次のような規定があります。当該契約の目的物である宅地又は建物の将来の環境又は交通その他の利便について誤解させるべき断定的判断を提供するというような規定の例もございます。

23 ページに戻っていただきまして、四角の中の問題提起のところですが、以上を踏まえ、まず最初のところですが、第一審では断定的判断の提供に該当すると認め、控訴審では認めなかったものの、結果として公序良俗による無効を認めた裁判例について、どのように評価すべきか。仮に当該勧誘行為が不特定かつ多数の消費者に対してされており、適格消費者団体による差止請求権が行使されていた場合を想定すると、差止請求権の実効性の観点から問題はないか。

このところですが、若干補足しますと、適格消費者団体による差止請求権の規定が昨年度の消費者契約法改正によって規定され、消費者契約法上の不当勧誘行為が差止対象になっておりますが、民法の詐欺、強迫などの公序良俗無効などの行為は対象になっておりませんので、これが断定的判断の提供に該当するとすれば、差止請求の対象となりますけれども、民法上の公序良俗無効に該当するとするだけでは、差止請求の対象にはならないところをどう考えるかという問題提起であります。

2つ目ですが、消費生活相談事例からは、事業者が財産上の利得以外の事項に関して断定的判断の提供をし、消費者が誤認をして契約締結をしてしまったケースが見受けられ、何らかの手当てをすべき場合もあると考えられるものの、他方において、事業者により断定的な判断が提供された事項が実現されるためには、消費者側も一定の努力等を要するにもかかわらず、個々人の事情により実現されなかった場合。

例えばこの教材を使うと必ず成績が上がると言われた場合に、全く勉強せず、成績が上がらなかった場合などについてまで取消しを認めるとなると、取引の促進に不当な影響を与えることはないか。

最後ですが、およそ断定することのできない事項について、断定的判断の提供を行うことは、当該消費者契約の目的となるものの性能等に関する不実告知と解することも場合によっては可能ではないか。

例えば英語を勉強したことがない人が、私が教えればTOEICで必ず満点が取れるなどと勧誘する場合や、およそやせる効果が期待されない食品について、これを食べれば必ず10kgやせるこ

とができると勧誘する場合などです。

若干補足しますと、先ほどの 26 ページの参考 3 にありますような事例というのは幾つかあるのですが、やはりその中でも特に消費者救済といえますか、何らかの手当てをするべき必要性が高いと考える場合は、およそそういった可能性はないのにもかかわらず、絶対に大丈夫だなどと言って勧誘する場合ではないかと考えられるところなのですが、そういった場合はそういった能力といえますか、サービスにおいて、品質がないというような不実告知がむしろなされているということもあるのではないかと。仮にそうだとすると、断定的判断の提供ではなく、不実告知による取消しといったことも可能ではないか。そういった問題提起でございます。

最後に若干補足で、第一審と控訴審で結論が違った判例でございますけれども、27 ページの参考 4 でございます。

最初の○に書いてあります、神戸地裁尼崎支部の平成 15 年 10 月 24 日でございます。事案は、被告との間で締結した易学受講契約及びこれに付随する契約ということで、契約が 2 本あるというケースですけれども、勧誘方法が不当ではないかということでした。

このうち付随契約につきまして、将来の運勢、運命、経済状態という変動が不確実事項につき断定的判断を提供したものであるから、4 条 1 項 2 号によって取り消すことができるということが主張されたという事例ですが、一審と二審で判決が分かれておりまして、一審は下線が引っ張ってあるところですが、運勢や将来の生活状態という変動が不確実な事項につき断定的判断の提供がされたということで、取消しを認めたと。

それにつきまして、高裁判決におきましては、下線の引っ張ってあるところですが、その他将来における変動が不確実な事項とは、消費者の財産上の利得に影響するものであって将来を見通すことがそもそも困難であるものをいうと解すべきということで、漠然とした運勢、運命といったものはこれに含まれないというべきであるということで、消費者契約法による取消しは認めなかったものの、勧誘行為やその代金額等に照らして、暴利行為として公序良俗に反し契約は無効であるという事例であります。

以上であります。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいま説明のありました「消費者契約の意義」「勧誘をするに際し」「将来における変動が不確実な事項」の 3 つの論点につきまして、御意見、御質問をいただきたいと思っております。おおむね 11 時頃まで、この前半の討議を行いたいと思っておりますので、よろしく願いいたします。

それでは、御発言の御希望の委員は、挙手をお願いいたします。

夷石委員。

○夷石委員 消費者の定義についてですけれども、まず 2 つの論点があると思っております。

1 つは、マルチ商法や内職商法などは、人間だれもが持っている、生活を少し豊かにしたいという欲望を刺激されて、素人が即席のセールスマンに仕立て上げられて活動するという。そして、多くの失敗が判明して、被害が出ているという実態から消費者ととらえるべきと考えております。

大学内で多くの被害を生み出して、文部科学省なども連鎖販売についての注意喚起を大学に出している状況からも明らかではないかと思っております。

もう一つの論点の個人事業者、またはかつて事業をしていたが今は廃業している人たちに対して、営業と直接関係のない商品やサービスの契約についてどのように捉えるかということですが、例えば紹介にありましたように、主に家庭で使っているような電話であるのに、電話リースの高額な契約を不本意にさせられたというような相談が相談の現場で非常に増えています。これらは悪質な事業者が、法律に基づくクーリングオフ行使をさせないように消費者保護規定を脱法するように、あえてそういう人をねらっていると思われるような事例がたくさん寄せられているわけですので。このためにもこのような人たち、このような契約に対しては消費者としてとらえるべきではないかと考えます。したがって、消費者の定義は解釈で対応し、現行どおりでよいと考えております。

なお、解釈の最終判断は裁判所の判決によるわけですが、消費生活センターなどの相談の現場、裁判外紛争処理機関においては、内閣府の逐条解説に委ねることが多いということが現実でありますので、そこにきちんとこの辺の解釈を入れてほしいと思っております。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。今、夷石委員からも御指摘のありましたように、資料が非常に大部なものですけれども、事務局サイドとしましても、囲みで示している部分が委員に対する問いかけでございまして、その辺りを中心に、こう考えるというような御意見をちょうだいできれば、大変ありがたいと思います。

ほかの御発言はございますでしょうか。中田委員。

○中田委員 順番はこの論点ごとでよろしいですね。

○山本豊委員長 それでも結構ですけれども、非常に時間がタイトですので、何度も発言の機会が回ってくるかどうかわかりませんので、まとめてやっていただいても結構かと思えます。

○中田委員 まず今の消費者契約のところですが、実はこの消費者契約法というものを、民法とどのように関係づけて理解するかという問題が絡んでくると思えます。

先のような例として、いわゆる相手方が脱法行為をする。消費者保護規定を回避するために、わざわざそういう形をつくって、消費者契約法の適用を免れるというようなケースについては、消費者契約法を類推適用するという考え方が十分成り立つのではないかと考えています。むしろ事業者が、自己の持っている権利を濫用するというケースではないかと考えて、実質的な根拠を探った上で大胆に、方向性としては、裁判実務では、こういった特別法の類推適用が求められているのではないかと考えます。そういうものがあれば、内閣府の逐条解説のところでも、そういった指摘ができるのではないかと考えております。もう一点、議論が進んでからと思っていたんですけども、不実告知類型をどういうふうに位置づけるのかということですね。これも民法との関係が深いところだろうと思うんですが、どうしても消費者契約法の土台の中で議論をしますと、不実告知、断定的判断というのは狭くなってしまおうという感じがします。

むしろ相手方の誤解を誘発するような行為によって、表意者が錯誤に陥っているという状況があるとすれば、錯誤として扱う必要があります。錯誤の効果は日本では無効ですけれども、諸外国では取消しという効果が与えられています。両者は典型的には似ています。日本民法の場合には、相手方が動機のところに働きかけて、それで消費者が誤ってしまうという類型については、そういう錯誤無効の類型として扱えばよいわけです。消費者契約法の規定も、それに適合した形で考え直す

べきだろうと思います。

ですから、この辺りは民法の意思表示法の規定の解釈との連続性というか整合性というか、それをかなり意識した上で考えるべきだと思います。したがって、広く考えるというのが筋ではないかと思います。

○山本豊委員長 ほかによろしいですか。

続いて、野坂委員からお願いします。

○野坂委員 私もただいまの関連で発言したいと思います。消費者の定義のとらえ方については、今のお二方の意見同様、やはり解釈の仕方に対応する方が非常に望ましいのではないかと思います。悪徳商法なり、さまざまな形で消費者を装ったような形の取引が今後、我々がまだ予想しない形で出てくる可能性もある。そういったことを考えますと、やはり解釈の方が柔軟に対応しやすいのではないかと考えます。

一方、この「勧誘するに際し」のインターネット取引でございますけれども、こちらについてはむしろ、これまでの最近の流れなどを考慮しますと、解釈に委ねることよりも例文とした方がわかりやすいと感じています。

現在、ここにも書いてございますが、非常に不特定多数に向けた広告の一部にいろんなトラブルの要素があるということでありまして、また実際にトラブルが非常に多くなっているということでもあります。

したがって、この問題というのは消費者契約法上も非常に重要な問題としてとらえるべきだと思います。取消しの対象としてとらえるべき必要性について、私はまさにこれは取消しの対象としてとらえるべき課題であると思います。また、解釈に委ねる問題については、先ほども申しましたように、解釈に委ねることよりも、はっきり明文で規定した方がわかりやすいかなという印象を持っております。

一方で、明文で規定することの問題もいろんな形であるかと思いますが、それについては、今後また議論の中で発言したいと思います。

以上です。

○山本豊委員長 どうもありがとうございます。

先に阿部委員、次に下谷内委員、お願いします。

○阿部委員 まず「消費者契約の意義」について、現行2条ですが、これは私は現行の条文を変える必要はなく、解釈を鮮明にすればいいことだと思います。

1点質問ですが、11ページの下の方に特定商取引法に関するインターネット・オークションにおける「販売業者」に係るガイドラインでは、インターネット・オークションにおける販売業者は営利の意思を持って反復継続して取引を行う場合は、法人・個人を問わず事業者に該当し、特定商取引法の規制対象となる、ということが出ていますが、これは消費者契約法についても、このようなガイドラインの作成をお考えになったことがあるのか、今後可能性があるのか、というのが質問の第1点であります。

「勧誘をするに際し」については、確かに実際のトラブルの内容等は深刻だと思うんですが、この問題は特に不特定多数向けの広告、チラシによる消費者への働きかけについては、景表法の方が

実効的に取締りができるのではないのでしょうか。消費者契約法で何か考えるよりは、むしろ景表法の規制によるべきではないかと思います。

以上です。

○山本豊委員長 ありがとうございます。今、御発言がありましたので、コメントをさせていただきたいんですが、6月7日以降は、この4条の勧誘に広告の全部または一部を入れるということになると、従来のように取消権だけの議論ではなく、差止請求権の問題が出てきます。

そして、景表法あるいは独禁法の方で団体訴権を入れるというような議論も、これから検討が開始されるということで、その辺りのことも13ページの問いかけには、差止めの話は入ってはおりませんが、関係してくる。たまたま今、阿部委員の方から御指摘もありましたので、その辺りも含めて御検討をいただければと思います。

それでは、先ほどお手が挙がっておりました、下谷内委員からお願いします。

済みません。質問がございましたので、そちらを先にお答えいただいてから、下谷内委員にお願いいたします。

○加納課長補佐 11ページのインターネット・オークションのガイドラインの点の御質問ですが、これは特商法に関連して、こういうことがあるということのようですが、消費者契約法は基本的に民事ルールとなっておりますので、例えば行政処分における行政手続法に基づくガイドラインのようなものがあるというものではございません。

あえて言えば、内閣府が出版している逐条解説におきまして、例えば消費者の意義、事業者の意義についてはどのように考えるかという解釈論について、説明しているところでありまして、このペーパーで言えば3ページのところに書かれているというところがございます。

○山本豊委員長 よろしいですか。

○阿部委員 はい。

○山本豊委員長 それでは、下谷内委員にお願いいたします。

○下谷内委員 第2条の消費者契約の意義につきましてですが、今、何人かの先生から御意見がありましたように、今の現状では解釈論になるのではないかと思います。ただ、相談現場では非常に問題が難しくなっておりまして、また裁判でも幾らかクーリングオフのところにおきましては、川越簡判におきましても、床屋さんのクーリングオフというのがありました。あのときも消費者とみなすというような解釈だったかと思います。したがって、できるだけ明確に逐条解釈の中にきちんと書いていただきたいと思っております。

この四角い枠の中の下から2行目の消費者契約の意義について、引き続き今後の運用状況を注視することが適当であるかというのではなくて、現在、このようにしていただければよろしいのではないかと思います。

「勧誘をするに際し」ですが、13ページのところでございます。ここに書いてありますように、現在は明記されておりませんので、きちんと条文の中で明記されるようにしていただければと思っております。

また、「必ずしも客観的に見て特定の消費者に働きかけをしているとまではいえないが、消費者がその情報によって契約締結の意思を形成している場合について、取消しの対象として捉えるべき

必要性についてどのように考えるか」ということですが、これは私どもの事例にもそのように申し入れをしております。広告及びそのインターネット上の問題として強く考えております。

ここにつきまして、委員長から差止請求の件も含めてということでございましたが、差止請求につきましては、23 ページにも書いてございますので、今、私どもも適格消費者団体に名乗りを上げておりますが、現在のような条文ですと、この勧誘の将来における変動が不確実な事項につきましては、非常に困難であるかと思っております。

御説明にありましたように、この民法上の公序良俗等については該当いたしませんものですが、できるだけ実効性のあるようなものとして、条文で明記されて、あるいは逐条解釈をきちんとしていただければよろしいのではないかと思っております。

とりあえず、今はここまでです。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。また後で思い付かれたら、補充も可能でございます。

では、町村委員、お願いします。

○町村委員 消費者の定義については、定義自体をいじるのは非常に難しいことかもしれませんが、今後、消費者と事業者との関係の境界がどんどんなくなっていく傾向にあるということは間違いないところでありますので、いずれ検討が必要になってこようかと思えます。

たびたび問題になっている「勧誘をするに際し」のところなんですけれども、インターネット取引とリアルな取引とで明らかに違うのは、広告、チラシと実際の勧誘をはっきり区別できないというところですね。

不特定多数に対するホームページ上の表示というものに飛び付いて、そこから直ちに契約申し込みをしてしまうわけですから、そこを外してしまったら、将来の断定的な問題についても、不実告知にしても、実効性を失ってしまいますので、そこは何とか手当てをしないと、かなり大きな抜け穴になってしまいます。

団体訴訟の立法により差止めが出来るようになったという点についても、差止請求権は確かに導入されたのですけれども、個々の消費者の被害救済にはなかなか結び付きにくい構造を持っていますね。

ですから、その点は、余り大きくとらえるのはどうかなという感じがしています。積極的な方向に進むのか、消極的な方向に進むのかは、自分でも整理が付かないんですけれども、そういうことで勧誘に限るというところは、少し改めた方がいいと考えます。

○山本豊委員長 どうもありがとうございます。

勧誘に広告を入れても、取消しの範囲でだけ広げる。差止請求権については除外する。そういうオプションも当然あるかと思えます。これは委員の皆様の御発言をちょうだいしたいという趣旨の問題提起ですので、そういう趣旨で御理解いただければと思います。

では、田口委員に先にお願いをし、次に鹿野委員をお願いします。

○田口委員 今、議論になりました「勧誘をするに際し」という点でございますが、インターネット取引等については現行法でも、その「勧誘をするに際し」というところで、現実の契約の場面を考えれば含まれるというふうにとらえていいのではないかと思います。

ただ、一般的な広告との区別が付きにくいことから、相談現場におきましては、そこについて争いの余地が生じます。消費者の方は、これは「勧誘をするに際し」と理解して取消しをしたい、契約をなかつたことにしたいと主張するのに対して、事業者の方では、それは一般的な広告の問題だから、そういう話にはなりませんよという形で争いの余地が生じると思いますので、こういうものは「勧誘をするに際し」に含まれるんだということを、言わば確認的に法律上、明確にすることが有効であつて、また現実の場面でも妥当なのではないかと思ひます。

委員長から御指摘のございました、差止めとの関係でございますが、インターネット取引全体が差止対象になるわけではなくて、契約に即つながらるような形での広告というか勧誘というか、そのグレーゾーンの問題でございますので、その極めて限られたところが取消しの対象になると。それが団体訴訟における差止対象に含まれるかどうか。そこは法律上明確にする際に併せて立法的に解決をするということも十分対応可能ではないかと思ひますので、そういう意味で何らかの法的な手当てはなされるのが適当ではないかと思ひます。

○山本豊委員長 それでは、鹿野委員、お願いします。

○鹿野委員 私も今、数人の委員の方々が発言されたのと、ほぼ同意見ですけれども、まず消費者契約、あるいは消費者の定義については、「事業として又は事業のために」という文言を今後、柔軟に解釈することによって対応していくことができるし、それがいいのではないかと考えております。

将来における変動が不確実な事項という点につきましては、他の幾つかの法例とかを挙げてくださいましたが、それらとは違って、消費者契約法においては、将来における変動が不確実な事項とされているだけです。解釈の余地は十分あるというか、何も利益とかに直結するようなものに限定される必要はないというふうに考えます。

ただ、先ほど御紹介がありましたように、既に高裁レベルの裁判例が出ていますが、個人的には非常に疑問と感ずるところで、私個人としては解釈で対応できるのではないかと、高裁の解釈に対する批判的な見解を持っているところであります。

3番目に勧誘の点についてですが、何人かの委員の方がおっしゃられたように、これについてはやはり「勧誘をするに際し」という文言からすると、どうしても広告とかについては入らない部分が出てきてしまうと考えますし、しかも不特定の人に向けられた広告を見て、実際に誤った認識を持って、契約の締結に至ることがあります。

しかも、交渉時にはもう信じ込んでしまっているもので、その点を確認もしないというふうな事態も大いに従来からあつたように認識しております。したがって、これについてはこの文言を改めて、広告等まで含められるような形に改正すべきではないかと思ひています。

勿論、景表法とかの対応ということも考えられるでしょうけれども、やはり消費者契約法において、個人に取消権を認めるべきだと思ひます。差止めについては景表法がどういうふうな形で今後、検討が進むのかわかりませんから、もしかしたら調整の必要が出てくるのかもしれませんが、少なくとも消費者契約法を改正すべきことは変わらないと考えております。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。

山本敬三委員。

○山本敬三委員 2件について意見を申し上げさせていただきます。

1点目は、勧誘についてです。既に何人もの方が御発言されているところですが、少し違う形で意見を述べさせていただきます。「勧誘をするに際し」という限定がどうして入ったのかという点につきましては、いろいろな考慮によると考えられますが、私の印象では、やはりそれまで行為規制が行われてきたことを何か少し引きずったような面があるのではないかと思います。しかし、民事の実体規制としては、誤認をして、それによって意思表示をしたことが重要であって、だからこそ取消権を認めるということではないのかと思います。

そうすると、事業者側の一定の行為によって誤認をしたということが決定的に重要であって、その前提として事業者が勧誘をしたことは重要ではないのではないか。つまり、「勧誘」の中に、解釈によって、その他の広告等のようなものを取り込むことができることは、そのとおりかもしれませぬけれども、そもそもの前提として、「勧誘」という限定をすることが民事実体法として本当によかったのかどうかという点は、問題として意識する必要があるのではないかと思います。

むしろ、消費者契約を締結するに際して、4条に掲げたような一定の行為類型が行なわれた場合には取消しを認めるとすれば、むしろすっきりするのではないのかと思います。そのような意味では、やはり「勧誘をするに際し」を拡張解釈するかどうかというような問題ではなくて、やはりこれは別の文言に置き換えて改正をすることが望ましいのではないかと考えます。例えば、「消費者契約を締結するに際し」など、それにふさわしい適切な文言を検討すればよいのではないかと。これが第1点目です。

第2点目は、断定的判断の提供に関してです。現在問題になっているような非常にひどい事例については、むしろ不実告知を広げて理解することで対処できるのではないかということでしたが、これももちろん、現行法を前提とした解釈としてはありうると思います。しかし、もともと不実告知と断定的判断の提供という2つの類型が立てられたことには、やはりそれなりの理由があることも考慮する必要があると思います。

つまり、誤った事実の提供による事実に関する誤認類型と、事実そのものではないけれども、しかし、誤った判断を提供し、それによって誤認したという判断に関する誤認類型。この2つを分けるというのが、もともとの消費者契約法の発想ではなかったかと思いますが。

そのような意味では、不実告知の概念を広げていくのは、両者の関係の仕分けが難しくなっていくという点で、あまり望ましくないのではないかと思います。

むしろ、断定的判断の提供がなぜ取消しを基礎づける行為類型として挙げられるかといいますと、やはりそれによって、本来は事実ではないものを事実であるかのように誤認してしまうからではないか。つまり、事業者が断定的判断を提供することによって、本来は事実ではないのに確実な事実であるかのように誤認をして、それに基づいて消費者契約をしてしまう。そこに問題があると考えて、取消しを認めたからではないのか。

そうしますと、経済的な利益を得るかかどうかというようなことが重要ではないのはもちろんのこと、将来の変動が不確実かどうかということも、実は本質的な意味を持っていない。例えば、金融商品販売法がそう書いているわけですが、「不確実な事実を事実があるかのように断定的に決め付ける」ということがやはり消費者の誤認を招く行為だということができません。

そう考えるとしますと、この断定的判断の提供に関しましても、例示部分はまだ要らないのではないかと思いますし、むしろ「不確実な事項につき断定的判断を提供する」とする方が制度の趣旨からして適切ではないかと思います。

以上は、意見です。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。

それでは、角田委員に先にお願ひしまして、次に菊地委員にお願ひをして、その次に上田委員にお願ひしたいと思ひます。

○角田委員 ありがとうございます。私も意見ということなんですけれども「勧誘をするに際し」について、意見を述べさせていただきたいと思ひます。

先ほど来、団体による差止請求権が入ったこととの関連で、景表法との関係が問題になっているわけなんですけれども、私も結論といたしましては、勧誘に際してという文言は、基本的には消費者が契約締結をするという、消費者の判断に直接的な影響を与えているかどうかという因果関係の問題として整理すれば足りるのであって、働きかけの態様というのは問うべきではないと考えます。

そして、行為規制との関係でこの勧誘に際してという文言が入ったという山本先生の御意見に、私も非常にシンパシーを感じるわけなんですけれども、景表法との関係に関しましては、競合が仮に生じたとしても構わないのではないかと。そういう考え方も成り立ち得るように思ひます。

と申すのは、消費者契約において、消費者に取消しが認められるほどに誤認なり困惑なりが発生していて、なおかつそれが消費者全体の利益にも不利益を及ぼす。その場合に団体の差止請求権が付与されたわけですから、個人レベルと消費者全体レベルの不利益が発生している場面で、抑制的に景表法との関係を整理するという必要性は、むしろないのではないかと。消費者契約法の制度趣旨、制度論理で整理すれば足りる問題ではないかと思ひます。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。

続いて、菊地委員、お願ひします。

○菊地委員 私も「勧誘をするに際し」ところについて、意見を述べさせていただきたいのですが、ほかの委員の方の御意見もありましたように、勧誘をするに際しという要件は余りにも明確性を欠くもので、適当ではないのではないかと気がしております。

私は刑法をやっていたこともあり、要件事実の明確性というものがなければならぬと考えているんですけれども、例えば行為を限定するのであれば、「申込みを誘引する目的を持って」などのような主観の要件を入れて、行為を限定するということも考えられると思ひます。

景表法との重複の問題で言えば、景表法の方は、不当表示は抽象的なんですけど、ある意味、不当表示に該当するものは非常に狭められておりますので、この観点から言っても、景表法とのダブリというものはかなり少ないのではないかと思っております。

以上です。

○山本豊委員長 では、続いて、上田委員に先にお願ひします。

○上田委員 時間の関係もありますので、比較的意見の薄い3点目の断定的判断の提供について、意見を述べさせていただきます。

先ほど御紹介がありました、いわゆる易学事件は地裁レベルと高裁レベルで断定的判断の提供の認定について、180度違った判断がなされております。私個人としては、高裁判決に対して批判的に考えておるんですが、本件は高裁で確定してしまいましたので、最高裁の判断を仰ぐことができません。それで一義的に解釈できるように早く法改正をすべきではないかと。ここのとりまとめにもございますけれども、民法の公序良俗等による差止請求権が認められない以上、この法改正できちんと断定的判断の提供の範囲を明確にすべきだと考えております。

それを前提に日弁連意見としては、先般、意見書をお出ししましたように、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ものについてという要件と、将来における変動または結果が不確実な事項という要件としています。

その2つの要件を設けて定義づけをしておるんですが、そういう2つの要件で絞りをかければ、いわゆる非限定説によったとしても、事業者側の予測可能性を確保することは十分できると考えております。

とりまとめに沿って言いますと、消費者側の事情について、本人の努力不足などを全く考慮せずに断定的判断を提供し、一律に取消対象とすることが問題ないのかという問いかけだと思うんですが、この辺については断定的判断の提供というのは限定説にせよ、非限定説にせよ、一義的、客観的に認定できるものでありまして、本来、不確実な事項を確実だと言って勧誘すること自体が契約締結の意思形成を不当に侵害するものと考えておりますので、特に消費者側の事情を考慮すべきとは考えるべきではないし、考える必要はないという意見でございます。

3つ目のボツにございました不実告知の側面のことですけれども、確かに断定的判断の提供というのは不実告知の側面があって、広義の定義の仕方にもよるんでしょうけれども、不実告知を広義でとらえれば、その一類型と言えるのかもしれない。

しかしながら、不実告知で全部カバーできるわけでもありませんし、立証の問題があるとしても、不実であることの立証と断定的判断か否かの立証を比べれば、後者の方が立証のレベルが低いということも十分言えると思うんです。

そういった観点からしまして、不実告知と断定的判断を別々に定めることの意義は十分あると考えております。

時間がないんですけれども、1点だけ、先ほどの「勧誘をするに際し」についてもコメントをさせていただきます。複数の委員の方が言われたことと、ほぼ同じ意見なんですけれども、不特定多数に向けた広告、チラシがいわゆる勧誘に当たらないとする解釈を、内閣府の方では取っておられるということなんですけれども、少数意見ではないかと思えます。

立法趣旨からしますと、勧誘は事業者が消費者に対し契約締結の意思表示をさせようとする一切の働きかけを言うと考えてもいい。そのぐらい広くとらえてもいいと考えます。

そういった意味では、別の委員の方がおっしゃられたように、勧誘自体に特に重要な意義を見出すというよりも、その後の因果関係の問題として解消させて、そこで議論をすれば不当に広がることもないし、有益な深まった議論ができるのではないかと考えております。

以上です。

○山本豊委員長　ほかに御意見はありますか。

それでは、村委員、次に寺田委員をお願いします。

○村委員 何点かについて意見を申し上げたいと思うんですが、私の共通の基本的な考え方として、民法のほかになぜ消費者契約法が必要だったんだろうかということを考えましたときに、これは第1条、第3条にも触れてありますように、要するに知識とか情報の格差があるというところに一番のポイントがあるんだろうと思うんです。

そうすると、消費者の方にも知識や情報が足りない。事業者の方から提供されたものを頼りに選択したときに、それが誤っているとか足りないとかいうことで、選択を誤っていく。そういう場合に消費者の責任で選択を誤ったわけではありませんから、誤った情報を提供したり、不十分な情報しか出さなかったものに対して責任を取ってもらう。平たい言い方をすれば、そういう思想があるんだろうと思うわけです。

そういうふう考えたときには、別にその情報の提供の仕方が **face-to-face** でなければいけないということにはならないのではないかと。この辺は山本敬三委員と多分似た考え方だろうと思うんですけれども、そういうふう考えます。

まず1つ目に広告の部分については、その広告を基にして申込みを受け付けるということを想定しているもの場合には、これはやはり選択を誤らせたということが客観的にも明らかなので、取消しをすることができるという救済の論理を折り込むべきではないと常々思っております。

ですから、ここは勧誘に際してということに無理無理広告を入れるということではなく、その部分を情報提供の仕方に問題があって選択を誤らせた場合をどう書き込むかということをも根本から考えた方がいいのではないかと常々思っているということです。

3点の取消事由があるわけなんですけれども、これはやはり消費者が選択をするときに重要な判断要素になる部分について、事業者側からの情報が間違っていたり、非常に重要なものについて欠けているという場合には、取消しに結び付けるべきではないか思っておりますし、現場でもそこが非常にそうでないところがあるのは使いづらい。特に不利益事実の不告知というのは、重要なことが知らされていなければ、そういうことは排除の中に入ってこないから誤ることもあるわけですし、そういうことから考えると、極めて狭い部分がありますので、このところはどのようなものが重要事項になるかということはきちんと書き込んで、不明確にならないようにする必要は勿論あると思いますけれども、今の重要事項であるとか、不利益事実に限定して、しかも先行要件を要求しているというところは検討し直す必要があるのではないかと考えています。

広告まで取り込んでしまった場合には、景表法との問題が発生しないかということなんですけれども、景表法は不当表示等を将来的になくして、公正な広告をさせるということが目的ですので、目的においても制度の設計においても消費者契約法とは違う。被害に遭った人を救済をしたり、不当な利得を事業者の方には残させないという思想は、景表法の中にはありません。

ですから、これは角田委員が御指摘のように、私はもともと制度の趣旨も設計も違うわけですから、両方に差止めが入っても、別にそれは問題ないのではないかと考えております。

以上です。

○山本豊委員長 寺田委員、お願いします。

○寺田委員 今、論点になっている3項目について、法律の改正が必要なかどうかという点に関して、私の意見を一言で申し上げれば、いずれもいろいろな不当な事項というのはあるんですけども、現行の法律の解釈の中で対応できるというようなことで、特段、法律改正が必要というところまでの問題は生じていないのではないかと考えております。

インターネットの問題につきまして、いろいろ問題があるんですけども、これも1つの取引をしていく際の情報の伝達手段の1つですので、電話には電話の特有の問題があると思いますし、訪問販売には訪問販売の特有の問題があるということです。そういったインターネットに伴う取引の特別な問題ということがあれば、それに着目した特別の立法アプローチといったことで対処していくべき話ではないかと考えております。

断定的判断の話も、条文上は必ずしも財産的なものについてだけに限ってというふう限定した書き方になっておりませんので、かと言って、このところは指摘事項の中にあるように、本人の努力次第によっては確実にそうなる、あるいはそうならないといったような注意事項を付せば、対象にならないのかどうかということ、その辺は条文上、明確に書くとなると、これまた立法上は非常に大変だろうと思いますので、私はこの内容いかんによって、解釈でもって対応できる問題ではないかと考えております。

以上でございます。

○山本豊委員長 それでは、鹿野委員と夷石委員と笠井委員までで、とりあえず前半の審議は終了させていただきたいと思っておりますので、端的によろしくお願ひします。

○鹿野委員 それでは、1点だけ。私は先ほど、断定的判断の提供について申し上げましたところ、一部修正というか意見を変えたいと思ひます。

先ほど、現在の条文のままで解釈で十分対応できるのではないかとということ、そして裁判所の高裁の解釈に対する批判的な見解を持っているということをおし上げました。それについては変わらないのですが、もう一度よくよく条文を見ますと、高裁のような解釈がもたらされる1つの理由というのは、「将来における価格、将来において当該消費者が受け取るべき金額、その他将来における変動が」という文言が置かれていて、それから、利益直結型を念頭に置いているかのような解釈が導かれやすいということがあつたのではないかと思ひます。

しかし、先ほど確か山本委員も言われたように、この条文においては、不確実な事項について、確実であるかのようなことを言われたと、そしてそれによって消費者が誤認したということが重要だと思ひます。そこで、具体的に申し上げると「将来における」というところから「変動が」というところまでをむしろ削除して、「不確実な事項につき断定的判断を提供すること」とすれば、先ほどのような、私に言わせると不当な解釈も導かれないでしょうし、むしろ条文の趣旨からいって、すっきりするのではないかと考えます。

以上です。

○山本豊委員長 それでは、夷石委員、お願ひします。

○夷石委員 「勧誘をするに際し」の件については、角田委員や村委員や上田委員などがおっしゃつたとおり、全く同じ意見でございまして、やはり勧誘と誘引を分けて狭くとらえられて、いろいろ問題が起きておつたので、明確に示して改正をしていただければと思ひます。

断定的判断のところでありませけれども、23 ページの 2 つ目の段落のところ、先ほども私とは反対の意見が出ていたのですけれども、教材の販売に際し、必ず成績が上がるといった断定的判断の提供の事例に対して、消費者も一定の努力等を要するにかかわらずという要件を付けて、取消しを認めることに難色を示しているように書かれておりますけれども、財産上の利得に関する現行法の適用における場合にも、同じような要件はあると考えますので、あえてこれを除外の理由にすることはないと考えております。

35～36 ページに地方公共団体が、この件について、いろいろと条例に不適正な取引行為の禁止規定として入れているわけですが、新潟県は消費者契約法の条文をそのまま引用しており、あと北海道は同じ枠内でとらえているのですけれども、そのほかの都県は、あえて財産上の利益と限定せず規定をしているということでもあります。

これは条例を制定するに当たっては、被害実態をとらえて具体的にわかりやすく規定されており、現行の消費者契約法よりもっと問題があることも踏まえて規定されているわけですし、その点からいっても、ここは断定的判断の対象範囲は拡大すべきではなかろうかと考えております。

○山本豊委員長 それでは、笠井委員、お願いします。

○笠井委員 先ほどの村委員のお話に続けてみたい形になりますけれども、団体訴権の話との関係です。おっしゃるとおり景表法と消費者契約法とでは目的が違うということでありまして、そこから出てくるのは、原告適格を有する団体自体も違った角度から認定がされることになるということです。ですから、事実上、両方に適格があるという団体が出てくるとは思いますけれども、当然、法律が違うと認定を受ける適格団体が違ってくることになりますので、一方で差止請求が認められれば他方では必要ないということにはならず、そこは分けて考えて、消費者契約法の観点から規制が必要であれば、規制の対象とすることを考えるべきだろうと思います。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。

それでは、まだ御意見をおっしゃりたい委員もいらっしゃると思いますけれども、全体の時間配分もございますので、後半 3 つの論点の審議に移らせていただきたいと思います。

「不利益事実の不告知」「重要事項」「取消権の行使期間及び法定追認」につきまして、事務局より説明をお願いします。

○加納課長補佐 それでは、37 ページの「不利益事実の不告知」から御説明したいと思います。

消費者契約法の 4 条 2 項におきましては、いわゆる不利益事実の不告知に基づく意思表示の取消しを規定しています。

①です。その取消しの要件としましては、大きくわけて 2 つ規定しておりまして、1 つは、当該消費者に対して、ある重要事項また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ることというのが必要とされています。

ここで当該重要事項に関連する事項という形で、ここは重要事項だけでなく、広げられているのですけれども、それは基本的にある重要事項に関わりつなげる事項を広く意味するということになるんですが、不利益事実の不告知の対象が限定されていることとの関係から、実際上は一般平均的な消費者が不利益事実が存在しないと誤認する程度に、ある重要事項に密接に関わりつなげるものであるというふうにしていただいております。

当該消費者の利益となる旨につきましては、消費者契約を締結する前の状態と後の状態とを比較して、当該消費者に利益を生じさせるであろうというものとしているところでもあります。

また、不利益となる事実を告げないことについては、故意が必要としておりまして、ここで故意につきましては、当該事実が当該消費者の不利益となるものであることを知っており、かつ当該消費者が当該事実を認識していないことを知っていながらあえて、という意味としているところでもあります。

これにつきまして、②です。消費生活相談事例におきましては、中古マンションの購入契約において、仲介をした不動産業者が隣地に市の施設が建つらしいとしか言わなかったような事例。42ページの参考3の事例の方をごらんいただきたいと思います。

1つ目の○ですけれども、不動産業者の仲介で中古マンションの契約をしました。手付金も支払ったということですが、市の広報誌で、このマンションの前の市有地がごみ焼却炉建設計画の候補地となっていることを知ったという事例であります。

契約の前に何と言われていたかということにつきましては、子どもが喘息だ云々と質問をしたところ、業者は市の施設が建つらしいとしか言わなかったというところでもあります。

この市の施設が建つらしいという告知について、どう評価するかということですが、先ほどの利益となる旨を告げたというふうには、なかなか言いがたいのではないかと考えられるところです。37ページの方に戻りまして、そういった事例があると。

③は判例ですけれども、ここは先行行為について争われたものも勿論ございますけれども、ペーパーとして書いてありますのは、故意の該当性についてでありまして、不利益となる事実を告げなかったことが故意に当たるか否かについて、争われた事案がありますけれども、重要事項を告知しなかったこと自体から、故意を推認したと考えられるものもあります。

学説におきましては、故意に限定されるのではなく、重過失の場合も含むと解すべきではないかといった考え方も示されているところです。

この点につきまして、他の法令の規定の状況ですけれども、⑤ですが、特定商取引法におきましては、平成16年改正において、故意による事実不告知に関して取消権が認められているところですが、いわゆる先行行為は規定されておられません。

参考6としまして、46ページをごらんいただきたいと思います。特定商取引法第6条におきまして、まず禁止行為としまして、これは訪問販売に関わる禁止行為ですが、販売業者等は次の事項に付き、不実のことを告げる行為をしてはならないというのが1項。

2項であります。販売業者は前後第1項から5号までに掲げる事項につき、故意に事実を告げない行為をしてはならないと書いてありまして、9条の2の第2号のところで、6条第2項の規定に違反して、故意に事実を告げない行為をして、当該事実が存在しないとの誤認をした場合には、取消しをすることができるとなっております。何について事実を告げないかということにつきましては、6条1項1号～5号までというのは勿論規定されているんですけれども、いわゆる先行行為に該当するものが要件とされていないというところでもあります。

38ページに戻りまして、他の関連規定に関して、民法上の詐欺に関してですが、いわゆる沈黙による詐欺として、どういう事例が認められているかということでもあります。

48 ページの参考7をごらんいただきたいと思います。下の方に関連判例としまして、東京地裁の昭和53年の判決がございます。事案としましては、別荘地の売買契約であるということで、売主である業者が説明の際に、建築制限がある旨を告げなかったということについて争われた事案。

48 ページの下の方から判決の内容が書いてありますけれども、49 ページの方に下線が引っ張ってありまして、原告、ここは消費者である買主が原告ですけれども、建築の制限を知っていることが明らかでない以上、業者である売主の被告としては、信義則上、買主たる原告に対し、右法律による制限のある事実を告知し、それを知らしめる義務があるというべきであるのに、ことさら沈黙して、事実を告知しなかったというのは詐欺に該当するとした事例であります。

38 ページに戻っていただきまして、四角の中です。以上を踏まえまして、まず1つ目ですが、他の不当な勧誘行為に関する規定に比べ、この不利益事実に関しての告知が必ずしも活用されていないとすれば、その理由として、先行行為及び故意の要件が厳格であることは考えられないかというところ です。

1点恐縮ですが、説明を飛ばしてしまいましたので、補足させていただきますと、42 ページをごらんいただきたいのですが、相談事例の下のところに参考としまして、件数が書かれてあります。

そこを見ますと、4条関係で各項目ごとにどれぐらいの件数及び割合があるかということについて書いてありますけれども、一番右のところをごらんいただければわかるように、不利益事実の不告知については件数が282件というところで、他の勧誘類型に比べて非常に少ないという傾向が伺われるというところ です。

その理由は何かということを考えるときに、不先行行為、故意の要件に厳格であることが考えられないのかというのが38 ページの問題提起です。

38 ページのところに戻りまして、四角の中の2つ目のポツですが、他方でこの不告知による取消しと言いますのは、不作為による取消しという形になっておりますので、それ相応の明確な要件がなければ、事業者の予測可能性を確保することはできないと考えられるところですが、そのところをどのように考えるべきか。

最後のところ、故意の要件につきましては、不告知の事実が認められれば、ある程度推認されると考えられることをどのように考えられるべきかとしています。

以上が、不利益事実の不告知に関する説明であります。

次に、重要事項に関して説明したいと思います。50 ページをごらんいただきたいと思います。消費者契約法4条4項において重要事項が規定されておまして、消費者契約法上の不当な勧誘行為の取消しのうち、不実告知及び不利益事実の不告知に関しましては、重要事項について、不実告知等がなされた場合に取消しができるとしています。

①ですが、この重要事項に関しまして、契約を締結する動機に係る事項など重要事項に該当しないと考えられる事項に関する不実告知及び不利益事実の不告知については、民法上の詐欺取消しの対象になるかどうかは別論、消費者契約法上の取消しの対象にならないと考えられるところ です。

②ですが、これに関しては、消費生活相談事例におきましては、近年のいわゆる住宅リフォーム問題に見られるように、契約を締結する動機に関する不実告知の事例が多数見られるところ です。

56 ページの参考3をごらんいただきたいと思います。最初の○にありますように、訪問販売で床

下が傷んで傾いているので、地震が来たら倒れるなどと言われたという事例。

これは、リフォーム契約そのものの品質等に関わるものではないと解されますので、床下が傷んで傾いているのは、仮に事実でないとしても、重要事項に関する不実告知には該当しないと考えられるところです。

以下、2つ目の事例などにおいても、同じようなことが言えるかと思われまます。

ただし、後で御説明したいと思いますが、これらの事例は主に訪問販売に該当すると思われるものが多数でありまして、そこをどう考えるかという視点が必要かと思われまます。

ただし、一番下の○のかつらの売買契約の事例ですが、これは対面販売の事例でありまして、訪問販売には該当しないという場合に、業者から毛根の組織が死んでいるという形で言われたけれども、これは事実でなかったという事例です。

結論としては、錯誤無効が認められている事例ではありますけれども、訪問販売などには該当しないものの、契約を締結する動機に係る部分に関する不実告知が行われた事例もあるというようなことではないかと思われまます。

50 ページの先ほどのところに戻っていただきまして、③です。裁判例におきましては、消費者契約法4条1項1号による重要事項は、本件商品自体の品質や性能、対価等のほか、本件建物への本件商品の設置必要性、相当性等が含まれるものと解すべきとして、床下がかなり湿っている、このままでは家が危ないと説明したことにつき、不実告知による取消しを認めたものというものがございまます。

東京地裁の平成17年3月の判決であります、60 ページの参考4をごらんいただきたいと思われまます。この事例はいわゆる住宅リフォーム絡みのような問題であります、その中で床下が湿っているとか何とかというような不実告知がされたという事案であります。

これは平成16年の特定商取引法が施行される前の事案に関するものでありまして、裁判所においては重要事項の意義について、先ほど申し上げたような解釈、60 ページの判決の内容の2行目以下から書いてありますが、このように解釈した上で、床下がかなり湿っているなどの説明について、重要事項に関する不実告知であるとして、取消しを認めたという事例であります。

51 ページに戻っていただきまして、④のところでは、学説におきましては、消費者契約法4条4項各号の規定を例示と見るなど、重要事項の概念を拡張的に解するものも見られるというところがあります。

⑤、特定商取引法の規定です。先ほども触れましたけれども、平成16年の改正におきまして、不実告知等の取消権に基づく、意思表示の取消権が規定されている。そこでは、「顧客が当該売買契約又は当該役務提供契約の締結を必要とする事情に関する事項」というのが対象として含まれているところです。

64 ページの参考6をごらんいただきたいと思われまます。先ほども見ましたが、特商法6条におきましては、1項1～7号のところでは、禁止行為の類型が掲げられています。

その6号7号のところでは、第6号においては、顧客が当該契約の締結を必要とする事情に関する事項。7号においては、前号に掲げるもののほか、契約に関する事項であって、顧客または購入者の判断に影響を及ぼす重要なものが規定されているところです。

こういったことについて、不実告知がなされた場合には、9条の2第1項第1号に基づいて、取消しができるとなっています。

51ページに戻りまして、⑤の2段落目です。特定商取引法の改正によりまして、契約を締結する動機にかかる不実告知の事例のうち、相当数は特定商取引法による取消しの対象となり得るものと考えられるところですが、同法が適用されるためには訪問販売など、同法が規定する行為類型に該当し、指定商品、指定役務に該当することが要件とされている場合は、それに該当しなければならぬことにも留意すべきと考えられるところです。

四角の中ですけれども、以上を踏まえまして、消費者契約法においても、特定商取引法と同様に、契約を締結する動機にかかる事項を含め、重要事項の概念を拡張すべき必要性について、どのように考えるべきか。

仮に重要事項の概念を拡張するとしても、消費者契約法が事業者の不当な勧誘行為を類型化し、事業者の予測可能性を確保しようとしていることについて、どのように考えるべきか。

最後に3つ目ですが、差止請求との関係ですけれども、事業者の不当な勧誘行為を適格消費者団体による差止請求権の対象ととらえた場合、差止請求権の実効性を確保すべきことと、差止請求権の対象となる行為を明確化すべきこととの兼ね合いについて、どのように考えるべきかという問題提起をしています。

最後のところですが、69ページのところで、取消権の行使期間及び法定追認に関して説明したいと思います。

消費者契約法7条におきましては、取消権の行使期間について、追認をすることができる時から6か月間行わないときは、時効によって消滅するというようにしているところです。

これにつきましては、①にありますように、消費者契約の一方の当事者が事業者であることから、取引の安全確保及び法律関係は早期安定化の要請が強いということ、民法の定める場合よりも取消しを広く認めようとするものであることを踏まえて、民法の場合に比べて、取消権の行使期間を短く規定しています。

ただし、注意しなければならないのは、その起算点は追認をすることができるときということになっておりまして、誤認類型の場合は、消費者が誤認したことに気づいたとき、困惑類型の場合は、消費者が事業者が行った行為による困惑から脱したときであると考えられるところです。

これに関しましては、相談事例におきましては、取消権の行使期間が経過したり、法定追認に該当する行為をした可能性のある事例も見受けられるところです。

また、学説におきましては、追認をすることができるときにつきまして、特に困惑類型について、退去後、早期に一部でも請求し履行させることにより、消費者の取消権は事実上、骨抜きにし得ることになりかねないといった指摘もなされているところです。

裁判例におきましては、契約締結から6か月以上が経過した時点での困惑による取消しの主張に対し、契約締結後に消費者が販売店に行ったというような事情を踏まえて、困惑状態がなお継続しているとして、取消権の時効の起算点を遅らせるとした事例がございます。

78ページの参考5であります。幾つか書いてありますが、事案の東京簡裁の平成15年5月の判決です。この事案は※のところに書いてありますように、契約締結は14年7月15日になっていま

す。

ただし、判決の内容というところに書いてありますように、14年8月10日に納品確認書に署名押印という形で、更に販売店のところに行くなどの事情があったということで、判決におきましては、ここまで困惑状態が継続しているものと見て、ここから取消権の消滅時効が起算するとしています。

その結果、取消しの意思表示は、上の事案の下線を引っ張っているところにありますように、平成15年1月23日に取消しの意思表示がなされたということで、まだ消滅時効は完成していないというふうにして、取消権を認めるという事例であります。

以上を踏まえまして、70ページです。四角の中ですが、相談事例の中には取消権の行使期間を超えてから相談がされた可能性のあるものも見受けられるところではありますが、裁判例においては困惑による取消しが主張された事案において行使期間の起算点を柔軟に認定したのがあること。また、消費者契約の一方の当事者は事業者であり、取引の安全及び法律関係の早期安定化の要請が強いことなども勘案し、今後も運用状況を注視しながら、引き続き検討していくことが必要と考えるがどうかとしているところです。

以上です。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。

それでは、ただいま説明のありました「不利益事実の不告知」「重要事項」「取消権の行使期間及び法定追認」の3つの論点につきまして、御発言をお願いしたいと思います。挙手をお願いいたします。

夷石委員、お願いします。

○夷石委員 重要事項の範囲の拡充についてなんですけれども、消費者契約法制定時からこの辺の部分は検討がされていたかと思いますが、その後の5年間において、悪質事業者の巧妙な手口が顕著に見られるのが、この契約の動機となる重要事項の提供の問題であります。

現行法では被害救済ができない事例が多々見られ、深刻化しているというのが現状であります。断定的判断の提供と同じように、多くの都道府県の消費生活条例においても、限定せずに、動機の錯誤も入れた条例が出てきておりまして、例えば大阪府の条例は、大阪府消費者保護条例でありますけれども、その第16条においても消費者に対し不実を告げ、誤認を招く情報を提供し、心理的に不安な状況に陥れる等の不当な方法で契約の締結を勧誘し、または契約を締結させる行為を不当な取引行為の禁止規定をしているように、ほかの都道府県においても同じような規定がいっぱい見られるのも、先ほど言ったように被害実態をとらえた規定であるかと思えます。是非この辺は拡充されるようお願いしたいというのが1点であります。

もう一つが、追認の6か月で短いということを訴えたいと思います。お年寄りが次々販売で布団などを買わされた事例。リフォームもそうですけれども、頻繁に訪ねてきて、契約の意思表示ができない事例。断り切れない状況でずるずると経過してしまうという事例は、本当に多く見られます。

もう一つは、資格商法などでも、会社に出向くと言われて脅されて、なかなか断れないというケースによって6か月を過ぎてしまって、取消しの行為ができないという事例があります。6か月では非常に現場としては短く感じておりますので、そのへんのことについて相談の現場ではどのよう

に思うかを何人かの相談員の人たちと、どのくらいだったらいいのだろうという話をしたのですが、2年ぐらいに延ばしてほしいという意見がほとんどでしたので、この辺も見直しをしていただきたいということでもあります。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。

申し遅れましたけれども、事務局からの問いかけは38ページ、51ページ、70ページ辺りが中心的にまとめてある部分でありますので、その辺をできれば中心に御意見をいただければと思います。

ほかの御発言はございますか。中田委員、どうぞ。

○中田委員 議論の出発点として、問いかけのところの文章内容についてまず質問したい点があります。これによると、故意の要件については、不実不告知の事実がある程度推認されると見られていると考えてよろしいのでしょうか。こうした要件の立証というものをどう考えるのかという問題です。

どのようなレベルで。これは笠井先生にお聞きするのがいいのかもしれないですが、訴訟でこういう規定を置いたときに、こういう要件というのがありますと、これはほとんど立証不可能みたいな話になるんですが、裁判実務のところでは本当にこういう要件というのが大きな障害になるのかどうかという、そのあたりの事実を確認させてください。

○加納課長補佐 この故意の要件につきまして、その故意の内容は何かというところは、まずあると思いますが、それはさて置きまして、故意の立証の問題というのがよく言われるところだと思います。

43ページに参考4としまして、その判例を掲げておりますけれども、神戸簡易裁判所の判決が書いてあります。これは先ほどの「勧誘をするに際し」というところでも紹介している判例なのですが、その不利益事実の不告知に基づく取消しを認めた事例でありまして、その際、その故意の要件につきましては下線を引っ張ってあるところですが、「被告が原告に月謝の値上げを告げていなかった以上、原告がこれを知らなかったのは当然であり、しかも、この事実は被告においても認識し得たはずであるから、この点については被告には故意があったといわざるを得ない」と認定しているところでありまして、この評価をどうするかということだと思います。

この判決文を読む限りは告げていなかったということからすると、こういうことであるはずだということで、故意があったと言わざるを得ないと言い切っておりますので、これがどの程度汎用性を持つかというのは、別途評価はあり得るところだと思いますが、こういうふうにして故意を推認したという事例もあるということだと思います。

以上です。

○山本豊委員長 中田委員、とりあえずよろしいですか。

○中田委員 はい。

○山本豊委員長 それでは、笠井委員、どうぞ。

○笠井委員 私は、この神戸簡裁の判示自体は、もう少し慎重な言い振りをする方がよいかという気はしますが、やはり間接事実等から当然知っていただろうと事実上推認することはできますので、故意を直接認定するというだけでなく、外形的な事実とか、いろいろなほかの

事情から故意を認定するという事は、裁判実務でも頻繁に行われていると認識しております。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。

田口委員からお願いします。

○田口委員 2点ほど質問させていただきたいんですが、本日の論点の中では、4条3項の困惑類型が現在の不退去、退去妨害だけで十分かどうかという問題が特に取り上げられていないんですが、ヒアリングの際にも申し上げさせていただきましたように、消費者の困惑を引き起こすような行為、例えば消費者の不安を煽って心理的に追い込むような行為ですね、いわゆる「私生活や業務の平穩を害する言動」でありますとか、あるいは消費者がなかなか断れない状況で契約を迫る「関係の濫用」とか「状況の濫用」といったような類型。こういった類型を消費者契約法上、どう考えるかという点は大変重要な論点ではないかと思えます。

本日は取り上げられていないんですが、いずれ別の機会にこういう問題も取り上げていただけるかどうか。その点が1点でございます。

第2点は、資料37ページの不利益事実の不告知に関し、先行行為の必要性の問題ですが、37ページの②の相談事例のところ、中古マンションの購入契約で、隣の土地に「市の施設が建つらしい」としか言わなかったと。これをどう評価するかの問題で、これを当該消費者の利益となる旨を告げたものとは言えない事例というふうに整理しているんですが、「市の施設が建つらしい」といったことが「利益になる旨を告げた」に当たるかどうかというふうに整理されているのでしょうか。

むしろこの話というのは、市の建物がごみ施設であるにもかかわらず、それを一般的に「市の施設が建つらしい」としか言わないというのは、言わば不利益となる事項について、不実に近いことを言っているということであって、先行行為の必要性云々の問題よりも、むしろこの言い方が不利益事実をちゃんと言ったかどうかという問題ではないか。さらに言えば、不実に近いような言い回しであったと評価してもいい問題ではないかと思うんですが、37ページの②の整理は、どういう考え方なのか。その2点をお伺いしたいと思います。

○井内消費者企画課長 第1点につきましては、田口委員の御指摘のように、今回は困惑のところは扱っておりませんが、例えば電話で威迫する事例などがあると思いますので、冒頭、私の方で説明しました第8回の7月下旬に予定している不招請勧誘の項目で扱うことにしたいと考えております。

○加納課長補佐 37ページの②の書き方のところですが、まず事例としては、市の施設が建つらしいとしか言わなかったという形で挙げられておりますので、これをどう見るかということでありまして、1つは不実告知として、これを評価することはできなくはないと思われるところですが、不実告知だとすると、これが市の施設が建つという形で事実として言っている場合が典型的に当たるのではないかということ。

先ほどの例の重要事項の関係で、これがそのマンションの重要事項と言えるのかどうかという問題点があるかと思われるところです。

不実告知として評価するのが仮に難しいとしますと、不利益事実の不告知の問題も考えなければならぬと考えたわけなのですが、その場合でも先行行為として利益となる旨を告げるのが必要である。

そして、利益となる旨というのは、重要事項または重要事項に関連する事項についてとなっているところでありまして、前の土地に市の施設が建つということが当該消費者にとって利益と言えるかというのが、非常に判断としては悩ましいのではないかと。これが当たらないとしますと、取消しの主張ができないというので、ひとつ検討する事例となるのではないかとということを経験させていただいたことでありまして、これについて、不利益事実の不告知になるという解釈も勿論あると思いますし、不実告知として取消しが認められるという解釈も当然あるとは思いますが、非常に限界事例としては挙げられるのではないかとということで、挙げさせていただいたところでもあります。

○山本豊委員長 今後の審議のスケジュールですが、困惑類型については不招請勧誘と関連させて、第7回で検討するということです。

それから、田口委員からもう一点おっしゃった状況の濫用については、適合性原則とも非常に関連が深いので、これは事務的に整理されて、必ず審議の機会があるようにさせていただきたいと思えます。

○田口委員 「市の施設が建つらしい」ということを言ったのは事実だと思いますが、それを先行行為に該当するかどうかは無理に当てはめなくてもいいのではないかと。マンションを売る際には、当然このマンションは日当たりがいいですよとか、いろいろなことを言っているわけですね。

ですから、それが先行事実として利益になる事項を言ったと解釈した上で、不利益な事項、隣にごみ焼却施設が建ちますよということをあえて言わずに「市の施設が建つらしい」という言い方にとどめたというのが不利益事実の不告知に当たると考えるべきではないかと思えます。

○山本豊委員長 それは御意見ということで、その点については、更にまたほかの委員の御意見もいただきたいと思えます。

それでは、先に中田委員にお願いしまして、次に鹿野委員にお願いします。

○中田委員 これまでの議論で傾向として、消費者契約法の性格づけというところが、やはり解釈論にかなり影響を及ぼしているのではないかと思えます。先ほどもご意見の中で出てきましたが、行為規制型、業法型の影響が消費者契約法には残っているという気がします。

民事ルールとしての消費者契約法の性格というものは、やはり民法と同じようなレベルで考えていく必要があるのではないかと。それにもかかわらず、解釈の現場では、かなり厳格に解釈をしているという傾向が見られるようです。民法、商法に委ねてしまい、消費者契約法では扱わないというような態度が、どうも解釈論のところでも見られるわけですね。たとえば、これは民法の詐欺とか錯誤の問題であるからというような扱い方です。

そういうふうにするのではなくて、民法レベルで対等な当事者間でルールとして妥当するようなものが、消費者と事業者という対等な関係に立たない当事者間でもきちんと妥当するということを消費者契約法は保障すべきであろうと考えます。先ほどの動機の部分も、民法でできることから、いわんや消費者契約法でもできて当然でしょう。この趣旨を消費者契約法の規定の中に明確に入れておくことは大事だと思います。具体的には、規定の文言を、特定商取引法の改正部分と同じような形にしていくということが必要だと思います。

しかしながら、より重要なことは、その前提としての発想をきちんと持つておくことだと思います。消費者契約法というのは、そういった民事ルール、民法のルールのところを具体化していくというものであり、そういったことを解釈の実務のところできるように機能させていく必要があります。そうせずに、業法のように規定を厳格に解釈していくのであれば、常に法律を改正しなければいけないということになってしまいます。そういう意味で、民法に準じる、あるいは同じようなレベルでの解釈の柔軟性を持つような規定を組み入れておくことが必要になっているのではないかと考えています。今回の改正では一般条項をもう少し拡張するなり何なりして、柔軟性を持つような規定振りにしておくことが、こうした発想で消費者契約法を運用するために必要だと考えています。

そのように考えていけば、今議論しているような問題は、かなり緩和されることになるのではないかと見ています。また、相談現場の負担を解釈論のところにも委ねることができるのではないかと思います。

○山本豊委員長 では、次に鹿野委員、お願いします。

○鹿野委員 2点、意見を述べさせていただきたいと思います。

1点は、38ページの、先行行為の必要性というところに関してですが、これは結論から言いますと、先行行為の必要性はないのではないかと。つまり先行行為に該当する部分の要件については、この条文から削除すべきではないかと考えております。

48ページに法の詐欺に関する学説等が引用されていますが、民法の詐欺に関する解釈としても、欺罔行為を積極的に行うというような場合だけではなくて、相手方が現に錯誤に陥っている場合に、殊さら沈黙をして、そのことによって錯誤を深めたというような場合についても、96条で取消を認めるというような形で解釈が一般的に取られてきたように思っています。

それにもかかわらず、そもそも事業者と消費者の格差があるということで、民法の要件を緩和して取消権を認めようという消費者契約法の4条2項において、厳密に先行行為があり、かつ不利益になる事実を故意に告げなかったという要件が課されているのはいかがなものかと思えます。

勿論、民法の欺罔の故意という点では、消費者契約法の4条においては、その要件は不要とされていますので、その点で要件が若干緩和されていることは認識しておりますが、先行行為というものについては必要ないのではないかと考えております。

先ほど、田口委員だったでしょうか。ごみ焼却場の例を挙げて、これについては利益となる事実を告げたと解することが十分可能なのではないかと御趣旨の発言をなされましたが、必ずしもそう簡単にはいかないように思います。現在の4条2項の文言が、「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を故意に告げなかったことにより」とされていますので、「当該」という文言により、ある重要事項について、一方で利益を告げ、他方で不利益事実は告げないという縛りが少なくとも文言上はかかっているからです。その点でも非常に厳格な要件がここに定められているように思います。いずれにしても、その先行行為に関する要件は不要だと考えています。

もう一点、50～51ページの重要事項に関してです。これについても、およそここで重視されるべきは、消費者の判断にとって消費者の契約締結をするか否かについての判断に通常影響を及ぼすべ

きものだというところにあるのではないかと思います。

ところが、現在の条文によりますと、1号または2号に該当し、かつ判断に通常影響を及ぼすべきものというふうになっております。解釈としては、これを例示列举だとする解釈も主張されていることは認識していますが、少なくとも文言の規定ぶりから言うと、限定列举として非常に限定的に定められているとなっているように思います。

これはそもそも中田委員も先ほどおっしゃったように、民事ルールでありながら、従来 of 行為規制に引きずられているという面もあるでしょうし、あるいは他方、民法のルールを要件の上である程度、緩和するという見返りとして、他方で明確化するということが考えられたのではないかと想像していますが、それにしてもこの要件については非常に厳格過ぎて、先ほど御紹介もあったようにいろいろな事例において、これの適用ができないというふうな困った事態が生じているように見受けられます。

少なくとも、この点については条文上、1号、2号を掲げるのはいいんですけども、これが例示的な場合だということをはっきりさせる形での文言に変えるべきだと考えております。

以上です。

○山本豊委員長 ほかにございますか。山本敬三委員。

○山本敬三委員 2点について、意見を申し上げさせていただきます。

1点目は、不利益事実の不告知についてです。私個人はかねてから情報提供義務を認め、かつその違反に基づく取消しというのを認めるべきだと考えております。今回の改正に当たりまして、少なくとも特定商取引法あたりにつくられた規制を参考にしながら、これを何とか一般化して取り込むことができないかと考えておりますが、これは第7回で取り上げられる予定ということですので、そのときにまた議論させていただければと思います。

しかし、そのような情報提供義務に基づく取消しをかりに認めますと、この4条2項の不利益事実の不告知は要らなくなるのではないかとということが起こり得るわけですが、仮にこの4条2項を前提とするとして、それをどう改めるべきかということをごこれから申し上げさせていただきます。

結論から申し上げますと、少なくとも故意に告げなかったという故意要件は外すべきではないのかというのが結論です。その理由ですが、これはやはり民法との関係で、故意要件があるがゆえに、むしろ民法の方がカバーする範囲が広がっている可能性があるのではないかとことです。少なくともカバーする範囲が広がっているか、カバーする範囲が同じになっているのではないかとことです。

既に御紹介がありましたように、民法の詐欺に関しましても、沈黙による詐欺が認められ、どのような場合に情報提供義務ないしは説明義務を認めるかという点については争いがありますけれども、そのような義務が認められる場合については、その違反により錯誤に陥った者に詐欺取消しを認めるということ自体は争いがないのではないかと思います。

利益となる事実が告知されて、きっと不利益な事実はないのだろうと誤認した場合につきましては、民法の観点からいっても、その不利益となる事実について事業者が消費者に告げるべき義務があると言える場合の代表例の一つではないかと思います。

そうしますと、詐欺に関しましては、故意という要件が立てられているわけですが、その故意というのは、御承知のように、二段の故意と言われていまして、錯誤をさせ、それに基づいて意思表示をさせることの認識、あるいはプラス認容かもしれませんが、そのようなものと考えられています。ただ、これは作為に基づく詐欺を想定したものでして、沈黙による詐欺の場合については、相手方が既に錯誤をしていることを知り、この事実を告げなければその錯誤に基づいて意思表示をするであろうということを認識し、あるいはさらに認容するというのではないかと思います。

つまり、詐欺に関しても錯誤の認識が故意要件の基礎にあるわけです。そうしますと、37ページの①の終わりにある不利益事実の不告知の故意に関して、「当該消費者が当該事実を認識していないことを知っていながら、あえて」とされているのは、詐欺の故意とほとんど重なることとなります。

ということは、この4条2項の場合は、民法の詐欺取消しが認められるべき場合として、そうしますとこの4条2項の持つ意味はあまりないのではないかとということになってきます。使われないのもっともではないか。

そのような意味で、かりに民法とは別に消費者についての特別なルールを定めるとするならば、やはりこの故意要件は外さないことには機能しないだろうというのが私の申し上げたいことです。

ただ、不利益事実の不告知に関しましては、今、申し上げたことに既に出ているのですが、特別に定める意味がもしあるとするならば、どのような場合に情報提供義務があるかわからないときに、この場合は少なくとも情報を告げなければならないということを明らかにするルールとして意味を持つのではないかと思います。

特定商取引法に幾つもの告げるべき事項が挙がっていますが、そのような事項に当たる場合は勿論のこと、当たらないとしても、とにかく利益になる旨を告げたら、それに関する不利益な事実は告げなければならない。そういう意味での特別ルールとして残す意味はあるのではないかとというのが第1点目です。

第2点目は、重要事項に関してですが、既に何人の方が御指摘されている点ですが、4項の1号、2号というのが必要的要件になっていますが、結論として言いますと、これを削除するか、ないしは例示的的要件であることを明示するような方向で改正してはどうかというのが私の結論です。

これも民法との関係がやはり問題として、この1号、2号をよく見ますと、これは契約の内容に関わる事柄という縛りが、すべてについてそうだというわけではないのかもしれませんが、少なくとも主たる部分がかかってくることになっています。これは、民法95条に言う法律行為の要素の錯誤とほとんど変わらない事態になっているといえます。

ただ、民法では、これも御承知のとおりですが、動機の錯誤につきましても、判例法理によりますと、動機が表示され、意思表示の内容になったときは錯誤無効を認めるというルールが確立しています。

この点につきましても、原則はもちろんそうなのだけれども、相手からの働きかけによって動機の錯誤に陥ったという場合については、つまり相手方の行為に基づいて錯誤に陥った場合について

は、動機の錯誤であっても錯誤無効を認めるべきではないのかというのが、学説では有力ないしは通説的な見解だと思います。

としますと、動機の錯誤につきましても、相手方からの働きかけがある場合については、錯誤無効は認められるとするならば、不実告知の場合はもちろんのこと、不利益事実の不告知の場合であったとしても、錯誤無効は認められる可能性が出てきます。ところが、消費者契約法では4項の1号、2号の縛りがありますので、そういった部分が拾えないということになってきて、むしろ民法より狭くなっている可能性があります。

これはやはり1号、2号が民法との関係でも絞り過ぎたのではないか。したがって、少なくとも例示にし、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を統一要件とすれば足りるのではないかというのが2点目です。

以上です。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。

それでは、村委員、次に寺田委員、お願いします。

○村委員 取消権の行使期間と法定追認の問題について、意見を申し上げたいと思います。

先ほど夷石委員から御指摘がありましたように、6か月は余りにも短い。私もそう思っておりますが、そのことではなく意見をということですので、それは置いておきまして、御意見申し上げたいと思うんです。

69ページの③の部分です。困惑類型の場合の追認をすることができるかときというのはいつなんだろうということが、特に消費生活相談の現場では非常に問題になっていると思います。解説本などを見ますと、例えば不除去の場合であれば、居座っている間は困惑の状態だけれども、帰っていった状態のときから、もう困惑の状態は脱しているというような説明がされることがどうも多いようです。

そうなりますと、契約を結んだ消費者というのはどういう心理状態になるかと言いますと、基本的には消費者契約法などは一般の消費者は知らないわけですから、自分は契約を結んでしまったと。そうすると、もうこれは契約を結んでしまったわけなので、事業者の方からも守ることを要求されるわけですね。

そうすると何となく納得できないんだけど、契約をしてしまったんだから、払わざるを得ないだろうと。送り付けられる品物は受け取らざるを得ないだろう。取りに来いと言われれば、取りに行かざるを得ないだろうと。何か変だ、納得できない気持ちはあるけれども、契約してしまったのは私だからということで、ずるずるとそういう状態が続くわけです。

ところが、どう考えても腑に落ちないということで、消費生活相談等に行くという状態になるわけですね。これがごく一般的な消費者の行動パターンであり心理状態であると思うわけです。

そうすると、こういう非常に限定的な解釈を取ってしまえば、困惑類型の場合の取消しというのは、私は納得できないから断固受け取らない、断固払わないという、日本人の消費者とするとほとんど想定できないような非常に特異的なキャラクターの方しか救ってもらえない。一般の日本人の消費者像を持っている人は救われない構造だと言わざるを得ないと思うんです。

そういうことですので、法律自体を改正する必要があるとまでは思いませんが、結局そういう状

態の場合というのは、事業者の支配力が続いていて、困惑状態が続いている状況以外の何物でもないだろうと思えるわけです。

ですから、その辺りのことを相談の現場などでもきちんと活用していただけるように、また事業者の方にもわかっていただけるように、解説書等で明確にさせていただく必要があるのではないかと考えます。

○山本豊委員長 ありがとうございます。

では、寺田委員、お願いします。

○寺田委員 1点質問なんですけれども、先行行為、故意の要件が厳格ではないかというところの1つの論拠として、42ページの相談件数。非常に不利益事実の不告知を理由とする相談の数が少ないというのが挙がっているんです。

こういうところの集計の仕方なんですけど、本当に故意及び先行行為が理由でもって消費者が条文を読んで、私の相談案件はこれに該当しないという形で出てきているのか。あるいは一般的な相談があった際に、センターの方で、この条項に故意及び先行行為には該当しないというか、その要件に合致しないから、このところには分類できないという形で、よそへ分類したか、あるいはそもそも分類から外してしまったのか。その辺の集計の仕方をどういうふうにされているのかというのが、ここのところは1つの非常に大きな問題提起の理由にもなっているものですから、その辺が知りたいと思ひまして、御質問させていただきました。

○加納課長補佐 今の御指摘の42ページのデータにつきましては、国民生活センターにおける資料から引用したものでありますけれども、例えばこの不利益事実の不告知の282件という数字につきまして、それが先行行為の要件があるとか、故意の要件が明確であるから等のようなことで取消しができなかったという事例であるというわけではなくて、これはそもそもデータの取り方として、相談の中で分類がされておりました、不実告知とか断定的判断の提供とか、そういったものが主張され得るということで、このデータが取られているということに過ぎないので、そこまで今、委員がおっしゃったような形で分析したという数字ではありません。

○山本豊委員長 よろしいですか。

では、上田委員、お願いします。

○上田委員 2点、意見を申し述べます。

1点目が不利益事実の不告知の点なんですけれども、先行行為、故意の要件が厳格であることから活用されていないのではないかとというとりまとめですが、私自身としてはそう思います。

法廷でいろいろな消費者被害の裁判をする中で、特に民法の詐欺の立証の困難性というのは、口で立証というのは簡単ですけれども、現実に勧誘過程の事実を積み重ねて、やっとなら二重の故意という高い障害をクリアして、裁判所に認定していただく。そういったのが現実でございます。

現在の内閣府の解釈では、不利益事実の不告知の故意というのは、民法の詐欺の故意と変わらない程度であり、重要事項で絞りがかけられていますので、適用範囲が違うという側面はあるものの、詐欺とほぼ同様な非常に高いハードルを課されているというのが実感でございます。

先行行為については、これは利益となることを告げ、不利益となることを告げない。ワンセットになっている体裁ですけれども、この先行行為についても本当に必要なのか。もっと要件を緩和す

べきではないかということをお自身は考えております。それが1点目でございます。

2点目が、村委員の方から発言のございました、取消権の行使期間のことです。先ほど、易学事件の御説明がありましたが、易学事件の場合は退去妨害の後に易学をまた受講したということで、法定追認が認められております。結果的には公序良俗により、無効ということで救済をしておるんですが、果たしてこの易学事件で当該消費者が心理的にも困惑状態から脱し切れていたのかということをお考えますと甚だ疑問です。

村委員がおっしゃったように、現実の消費者トラブルにおいて消費者というのは、そんなに我々が考えるほど理路整然と意思表示をするわけではございません。そういった中で消費者の意思に反するかもしれない法定追認が認定されているかもしれないし、あるいは消費者の被害の現場では、わかりました、そのとおりですと、いわゆる追認を認めるかのような書面を業者に提出させられるという現実もございます。

そういったことからすれば、民法上との整合性は十分考えなければならないんですけれども、法定追認というのは消費者契約法に限っては排除する方向で検討するというのも1つの考え方ではないか。これは日弁連の意見として申し上げておりますが、そういうことを考えております。

最後に短期の消滅時効6か月というのは、お自身、非常に短いと思っております。以前、近畿弁護士会連合会で取ったアンケートでも、これが短すぎて非常に使い勝手が悪いという各地の消費生活センターへのアンケート結果も得られておりますので、事務局の方でその辺のアンケートを取られるというのは聞いておりませんが、もし検証されるのであれば、一度お取りいただければと思います。

以上です。

○山本豊委員長 それでは、予定の時間がまいっておりますので、若干延長させていただきますけれども、そのことを御勘案の上、端的な結論と基本的な論拠、反対論拠を中心に御発言いただければと思います。

まず阿部委員にお願いして、次に角田委員にお願いします。

○阿部委員 それでは、端的に申し上げます。51ページの重要事項につきまして、判例法あるいは特商法の並びで拡張することについては反対いたしません。

その代わりということではないんですが、69ページの取消権の行使期間6か月を更に延長することには反対いたします。

○山本豊委員長 どうも大変短くまとめていただきまして、ありがとうございました。

角田委員、どうぞ。

○角田委員 簡潔にしたいと思っております。私も51ページの点ですけれども、特に2点目、3点目との関係でちょっと確認と、このように整理したらどうかという視点を申し上げたいと思っております。

12条1項2項の解釈でございますけれども、差止めの対象となる不当勧誘行為に関しまして、4条1項から第3項までに規定する行為となっておりますけれども、この解釈に4条4項というのがかかってくるということによろしいのか。

そのこととの関係で、51ページの3点目でございますけれども、仮に、これも差止めの対象としてかかってくると解するのであれば、やはり4条4項は、差止請求の実効性確保と対象の明確化と

いう要請も加味して、基本的には例示列举というべきであり、かつ1点目ですけれども、特商法と同じように拡張したのも例示として1つ付け加える。なぜならば、それは判例における解釈として積み重ねがみられ、また、相談事例からもその必要性が確認される。こういったことを踏まえてはどうかと思いました。

○山本豊委員長 質問がございましたが、その点はいかがですか。

○加納課長補佐 4条4項も入るとのことだと思います。

○山本豊委員長 これは1～3項までの中でも重要事項という言葉が入っていて、4項はただその定義ということですから、リンクして関わってくるということかだと思います。

下谷内委員。

○下谷内委員 先ほど来、37ページのマンションの事例につきましては、私どもの事案から御検討いただきまして、ありがとうございます。これにつきまして、私どもも、この市の施設が建つらしいということについて、どのように解釈するか。利益があるかどうか。いろいろ意見を聞かせましたところでございます。

しかし、現在の条文上では非常に困難であるということを確認いたしまして、やはりこの先行行為につきましては、必要性はこういうふうに細かくされますと、現場では非常に使いづらいものですので、是非この先行行為及び故意の要件につきましては、外していただきたいと思っております。

51ページの重要事項の概念をどう拡張すべきかどうかということでございますが、やはり動機の錯誤において、第2回検討委員会での私どものヒアリングでご説明いたしましたが、現行法では動機の錯誤については含まれておりません。従いましてこの点につきましても、是非、拡張をすべきということをお願いしたいと思います。

もう一点、追認でございます。やはり次々販売など、高齢者もそうですが、若者などにおきましても、次々と契約を勧められてしまいます。そういたしますと、消費者が誤認等に気づいても、何度もセールスマンからの電話に応じ解約したいなど言わず6ヶ月が経過し、その間にまた次々と契約を勧められることがあります。直近の6ヶ月は取消が出来ますが、最初の契約したものなどについては取消が出来ないことがあります。消費者が一体なぜ次々販売の被害に陥ったかということを考えると、もう少し期間延長につきまして、御検討をいただければと思います。

○山本豊委員長 どうもありがとうございました。

それでは、まだ御発言を御希望の委員もいらっしゃるかとは思いますが、予定の時間となりましたので、本日の論点の後半のパートの検討もこの辺りで終了とさせていただきます。本日は御熱心な討議をいただき、貴重な意見を賜りまして、誠にありがとうございました。

それでは、次回開催予定につきまして、事務局から連絡をお願いします。

○井内消費者企画課長 次回につきましては、不当条項規定について御審議をいただくことを予定していますが、日程につきましては、5月下旬をめどに調整させていただきますので、委員の皆様には改めて、後日連絡をさせていただきますので、よろしくお願いたします。

○山本豊委員長 それでは、本日はこれにて閉会といたします。どうもありがとうございました。

