

## 消費者契約法上の各論点についての検討（1）

1. 消費者契約の意義（第2条）	1
2. 勧誘	
(1) 「勧誘をするに際し」（第4条第1項～第3項）	12
(2) 「将来における変動が不確実な事項」（第4条第1項第2号）	22
(3) 不利益事実の不告知（第4条第2項）	37
① 先行行為の必要性	
② 故意の要件	
(4) 重要事項（第4条第4項）	50
(5) 取消権の行使期間及び法定追認	69
（第7条第1項、第11条第1項）	

## 1. 消費者契約の意義（第2条）

（定義）

第二条 この法律において「消費者」とは、個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）をいう。

2 この法律において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう。

3 この法律において「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう。

4 （略）

① 本法第2条第2項は、「消費者」と「事業者」との区別について、「事業として又は事業のために」契約の当事者となるか否かによることとしている。また、個人事業者が当該事業のためにパソコンを購入したが、同時に個人の趣味としてそのパソコンを使用するというように、「事業のために」契約の当事者となるのか否かの判断を一概に決めることができない場合については、客観的、外形的基準又は実質的基準に従い、個々の具体的契約に即して判断することとしている（参考1、2）。

② 消費生活相談事例においては、消費者契約の意義に関連して、事業者が取引の相手方に、契約書を事業者名で記入するよう指示している事例や、「通話料金が安くなる」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。また、最近では、インターネット・オークションで個人間取引のトラブルに関する事例も見受けられる（参考3）。

③ また、裁判例においては、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や、リース契約を締結する際の勧誘において虚偽の説明がされていた事案について、当該契約が消費者契約に該当するものとして不実告知による契約の取消しを認めているものがある（参考4）。

④ 学説においては、消費者契約の意義に関して、  
・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定められていればそれにより、そうでなければ、いずれの使用目的が優越するか、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。

・事業者の定義について、「個人」が「事業として又は事業のために契約の当事者となる」には、「事業として又は事業のために」する意思が必要であるが、その意思は契約の相手方に客観的に認識できるものである必要がある。

といった考え方が示されている（参考5）。

以上を踏まえ、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」として捉えたり、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」として捉えるなどの解釈もされ得るところである。「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当であると考えがどうか。

## 【参考1】内閣府国民生活局消費者企画課編『逐条解説消費者契約法』[補訂版]

### ○趣旨（p41）

本法における「消費者」と「事業者」を区別する観点、契約の締結、取引に関する「情報・交渉力の格差」である。この格差は、「事業」（一定の目的をもってなされる同種の行為の反復継続的遂行）に由来することから、この概念を定義において用いるものとする。

### ○「事業」とは（p42）

「事業」とは、「一定の目的をもってなされる同種の行為の反復継続的遂行」であるが、営利の要素は必要でなく、営利の目的をもってなされるかどうかを問わない。また、公益・非公益を問わず反復継続して行われる同種の行為が含まれ、さらには「自由職業（専門的職業）」の概念も含まれるものと考えられる。

### ○ 個人事業者について（p43）

個人事業者については、「事業者」として契約の当事者となる場合も、「消費者」として契約の当事者となる場合もある。したがって、本法においては個人事業者が「事業のためにでもなく、又は事業としてでもなく」契約の当事者となる場合には「消費者」として取り扱うことが妥当である。

例えば、個人事業者が当該事業のためにパソコンを購入したが、同時に個人の趣味としてそのパソコンを使用するというように、「事業のために」契約の当事者となるか、それとも「事業のためではない目的のために」契約の当事者となるかの判断を一概に決めることができない場合がある。この場合は、

個々の具体的契約に即して、「事業のために」契約の当事者となるかどうかを判断することになる。

その場合の判断をするための考え方としては、まず、

ア 契約締結の段階で、該当事項が目的を達成するためになされたものであることの客観的、外形的基準（例：名目等）があるかどうかで判断し、

イ アのみで判断することにつき現実的に困難がある場合は、物理的、実質的（例：時間等）基準に従い、該当事項が主として（例：上記のパソコンの購入の場合、使用時間のうち、その2分の1以上を事業のために使用しているか等）を目的を達成するためになされたものであるかどうかで判断する

ということが考えられる。

## 【参考2】過去の国民生活審議会報告書における「消費者契約」の意義に関する記述

○第16次国民生活審議会消費者政策部会中間報告（平成10年1月）

『消費者契約法（仮称）の具体的内容について』（抜粋）

### 第2 消費者契約の範囲

#### 2 「消費者」、「事業者」及び「消費者契約」の定義

##### (1) 「消費者」の定義の要件

###### ア 行為の目的

消費者は、事業に関連する目的で行為しないために、情報、知識、交渉力等について事業者のそれらに比べ劣ることになる。このような消費者の特性は「事業に関連しない目的」を有することであり、このことが「消費者」を定義する上でのメルクマールであるとも考えられる。

###### イ 行為の主体

法の適用範囲を明確にするためには、基本的には「自然人」という最小限の規定を設け、包括的な網をかぶせるということが立法技術的に見て望ましく、そこから先の保護は別途考えることとすべきである。

以上の考えに基づくと、「消費者」の定義の要件としては、次のようなものが適切である。

・「消費者」の定義の要件は、1 消費生活において、事業に関連しない目的で行為すること、2 自然人であること。

##### (2) 「事業者」の定義の要件

「事業者」の定義を考えるに当たっては、「事業に関連する目的」という概念を用いるべきである。また、「事業者」については、行為の主体に特に限定をかける必要はないものと考えられる。以上の考えに基づくと、「事業者」の定義の要件としては、次のようにすることが適切である。

・「事業者」の定義の要件は、1 事業に関連する目的で行為すること、2 自然人又は法人その他の団体であること。

なお、「事業者」は、「消費者契約」を、例えば「「消費者」と「事業に関連する目的で行為する者」の間で締結される全ての契約」と定義するとした場合、「消費者」の契約の「相手方」として、その概念の内容が自然と限定されるため、「事業者」という定義は必ずしも必要とされないとも考えられる。

##### (3) 「消費者契約」の定義

「消費者契約」の定義については、消費者契約法の趣旨に鑑みた場合、包括的なものとするのが適切であり、消費者と事業者の間のすべての契約を適用対象とすべきである。なお、この定義に該当するが、本法の趣旨に沿わないような契約については適用除外を検討することも必要である。

以上の考えに基づくと「消費者契約」の定義については、まず「消費者」や「事業者」の定義を置いた上で、次のようにすることが適切である。

・「消費者契約」の定義は、「消費者と事業者の間で締結される全ての契約」とする。

○第16次国民生活審議会消費者政策部会報告（平成11年1月）

『消費者契約法（仮称）の制定に向けて』p26

第2 消費者契約に関する民事ルールの在り方について

1 適用範囲

消費者契約法は、消費者と事業者との間で締結される契約を対象とするが、本法の趣旨にかんがみて、実際にどのような契約を対象とするのかをできる限り明確にする必要がある。その前提として、消費者と事業者とを区分する基準が明確にならなくてはならないが、上記のように、両者の間に存在する情報、交渉力等の格差は同種の行為を反復継続して行っていることにより生じている。すなわち「事業性」が消費者と事業者との差異のメルクマールであり、これが消費者契約について特別の定めを置く根拠であるということが出来る。事業者をこのように理解するならば、ここでいう「事業」には、営利・非営利、公益・非公益を問わず反復継続して行われる同種の行為が含まれ、また、「専門的職業」の概念も含まれるものと考えられる。

○第17次国民生活審議会消費者政策部会報告（平成11年12月）

『消費者契約法（仮称）の立法に当たって』p10

第3 消費者契約法を制定するに当たっての基本的な考え方

1 適用範囲

消費者契約法は、消費者が事業者と締結した契約（＝消費者契約）を幅広く対象とすることとする。

消費者契約とは、例えば、当事者の一方（＝事業者）のみが、業として又は業のために締結する契約とすることが考えられる。

[説明]

1 消費者契約法は契約を対象とし、契約に基づくものと考えられない法律関係については適用しない。

2 事業者の契約の相手方が法人の場合は、消費者契約としない。消費者契約における事業者の相手方たる個人（自然人）を「消費者」と考えることができる。

3 消費者が事業者に財、役務又は権利の提供を行う契約についても、消費者契約法の対象とする実益があると考えられる。

4 業とは、営利を目的とした事業に限らず、自己の危険と計算によって、一定の目的をもって同種の行為を反復継続的に行うものを広く対象とする。社会通念に照らし客観的に事業の遂行とみることができる程度のものをいう。

### 【参考3】「消費者契約」の意義に関連する消費生活相談事例

○訪問販売で、「インターネットをするために電話機を変えなければならない」と言われ、新しい電話機をリース契約（70万円）した。事業者からは、「契約書は店舗、家の電話とも事業者名で記入するように」と言われた。（60代 男性）  
（第3回消費者契約法評価検討委員会 国民生活センター 資料1-2 p5）

○インターネット・オークションで、個人から箆笥（10万円）を購入した。けやきの箆笥だから重いですよと言われ、総けやきだと思ったが合板の安物だった。（40代 男性）  
（第3回消費者契約法評価検討委員会 国民生活センター 資料1-2 p5）

○時計を修理している自営業者。事業者が訪問し、「デジタル回線にするとFAXと電話が同時に使える上に通話料金が安くなる」と言われた。今までも不都合はなかったが、通話料金が安くなるからと思い電話機のリース契約をした。契約翌日に事業者が再訪し、クーリングオフはできない等と書かれた書面を渡された。ところが料金がかえって高くなることに気がついた。クーリングオフ期間は過ぎてしまったが解約できるか。電話機の使用頻度は事業用3：自宅用7の割合である。

（第3回消費者契約法評価検討委員会 東京都 資料2-1 p1）

○一人で細々と自宅兼店舗で美容院を経営している。先日、訪問勧誘を受け、高機能な電話機のリース契約をした。リース期間は7年で、総額50万円にもなり払い続けられるか不安だ。クーリング・オフしたいが、法人契約はクーリング・オフできないと契約書に書いてある。自宅と店と両方で使う電話で、美容院よりも自宅での利用のほうが多いが、名義が美容院の契約の場合はクーリングオフできないのか。（40代 女性）

（第2回消費者契約法評価検討委員会 全国消費生活相談員協会 資料3 p2）

## 【参考4】「消費者契約」の意義に関連する裁判例

### ○大阪簡判平成16年10月7日（兵庫県弁護士会ホームページ）

#### （事案）

電話機及び主装置一式のリース契約に基づきリース会社がリース料の支払いを求めたのに対し、被告はリース契約の当事者ではない取扱店の従業員による勧誘が不実告知にあたるとして契約の取消しを主張した。

#### （判決の内容）

電話施工契約の対象となった電話機等の設備は、事業所を対象とした本格的なデジタル回線システムであり、本件リース契約は、被告が個人事業者として契約する形式が採られているが、被告は、既にそれまで営業していた塾を廃業していた。被告が、個人事業者欄への記載をしたのは取扱店の従業員の勧めに従ったものである。（略）

被告は個人として契約の申込み及び承諾をしたものであるから、本件リース契約は、事業者である原告と消費者である被告との間の消費者契約であると認められ、取扱店は原告と業務提携関係にあり原告からその交渉の一切を任せられたものといえる。

本件リース契約締結当時、被告の主要な関心は光ファイバーの敷設にあったのであり、それとは無関係にインターフォンの修理を契機に上記のような本格的なデジタル回線システムを設置することは、事業廃止後で必要性が全くなかったことやその価格が著しく高額であることに照らして不自然であり、電話施工契約は、光ファイバーとの何らかの関連のもとに締結されたものと考えざるを得ないから、従業員が被告に対し、光ファイバーを敷設するためにはデジタル電話に替える必要があり、電話機を交換しなければならない旨を告げたために被告はこれを信じ本件リース契約及び電話施工契約を締結したという被告本人の供述には合理性があり信用できる。そうすると、上記不実告知の事実をもって、被告は、消費者契約法4条1項1号により本件リース契約の申し込みの意思表示を取り消すことができる。

### ○東京簡判平成16年11月15日（最高裁判所ホームページ）

#### （事案）

原告（購入者）は、被告との間で締結した内職商法におけるシステム購入契約について、被告会社契約担当者から事前に受けた本件契約の内容に関する勧誘発言が消費者契約法4条1項2号の断定的判断の提供又は同条2項の不利益事実の不告知に該当することを理由に、契約申し込みの取消しを主張した。

#### （判決の内容）

原告は、本件契約勧誘時にシステム購入代金を支払うために被告から勧められた〇〇リースとの金銭消費貸借契約に関し、1カ月2万円の分割返済での契約を勧められ、この月2万円の支払分は週2、3日で2、3時間業務をこなせば確実に稼げるとの説明を被告会社の契約担当者から聞いていたが、実際に月

2万円を稼ぐには100時間くらいの業務をこなさなければならず、原告としては、その月2万円の支払分を確実に稼げるとの説明を信じて、〇〇リースから上記返済条件で本件購入代金を借り受けた上、被告との間で本件契約を締結したものであって、その申込みの勧誘の際の前記説明は消費者契約法4条1項2号の断定的判断の提供に当たる旨を主張する。(略)

本件契約は、所定のパソコンやソフトを購入し、又はパソコン講座を受講すれば、業者が入力業務を提供、紹介し収入が得られるという内容であり、特定商取引に関する法律51条の業務提供誘引販売取引に該当すること、また、本件契約における原告と被告とが、消費者契約法2条に定める「消費者」と「事業者」であることも明らかである。したがって原告の主張する上記勧誘文言は、消費者契約法4条1項2号の要件に該当するので、この規定を理由とする本件契約申込みの意思表示の取消しを認めることができる。

#### (参考判例)

○大阪高判平成15年7月30日

#### (事案)

自動車の販売、修理等を業とするX会社と消火器の設備点検を営んでいるY個人業者との間で締結された消火器薬剤充填整備、点検作業等の実施契約について、特定商取引法上の「訪問販売」に該当し、かつ同法第26条第1項第1号所定の適用除外には該当しないとして、クーリング・オフによる取消しを認めた。

#### (判決内容)

「控訴人(X)は、本件取引に昭和63年法律第43号による改正前は、訪問販売等における契約の申込みの撤回等についての適用を除外する契約として、「売買契約でその申込みをした者又は購入者のために商行為となるものに係る販売」と規定されていたのであるが、上記改正によって「売買契約又は役務提供契約で、その申込みをした者が営業のために若しくは営業として締結するもの又は購入者若しくは役務の提供を受ける者が営業のために若しくは営業として締結するものに係る販売又は役務の提供」となったものである。

これによれば、上記改正の趣旨は、商行為に該当する販売又は役務の提供であつても、申込みをした者、購入者若しくは役務の提供を受ける者にとって、営業のために若しくは営業として締結するものでない販売又は役務の提供は、除外事由としない趣旨であることが明白である。そこで、本件取引についてみるに、被控訴人(Y)は、各種自動車の販売、修理及びそれに付随するサービス等を業とする会社であつて、消火器を営業の対象とする会社ではないから、消火器充填整備、点検作業等の実施契約(本件取引)が営業のため若しくは営業として締結されたということとはできない。消防法上、被控訴人の事務所等に消火器を設備することが必要とされているとしても、これは消防法の目的から要求されるものであつて、これによって本件取引を営業のため若しくは営業として締結されたものということとはできない。」

(参考)

特定商取引に関する法律

(昭和五十一年六月四日法律第五十七号)

(適用除外)

第二十六条 前三節の規定は、次の販売又は役務の提供で訪問販売、通信販売又は電話勧誘販売に該当するものについては、適用しない。

一 売買契約又は役務提供契約で、その申込みをした者が営業のために若しくは営業として締結するもの又は購入者若しくは役務の提供を受ける者が営業のために若しくは営業として締結するものに係る販売又は役務の提供

商法

(明治三十二年三月九日法律第四十八号)

(絶対的商行為)

第五百一条 次に掲げる行為は、商行為とする。

一 利益を得て譲渡する意思をもってする動産、不動産若しくは有価証券の有償取得又はその取得したものの譲渡を目的とする行為

二 他人から取得する動産又は有価証券の供給契約及びその履行のためにする有償取得を目的とする行為

三 取引所においてする取引

四 手形その他の商業証券に関する行為

(営業的商行為)

第五百二条 次に掲げる行為は、営業としてするときには、商行為とする。ただし、専ら賃金を得る目的で物を製造し、又は労務に従事する者の行為は、この限りでない。

一 賃貸する意思をもってする動産若しくは不動産の有償取得若しくは賃借又はその取得し若しくは賃借したものの賃貸を目的とする行為

二 他人のためにする製造又は加工に関する行為

三 電気又はガスの供給に関する行為

四 運送に関する行為

五 作業又は労務の請負

六 出版、印刷又は撮影に関する行為

七 客の来集を目的とする場屋における取引

八 両替その他の銀行取引

九 保険

十 寄託の引受け

十一 仲立ち又は取次ぎに関する行為

十二 商行為の代理の引受け

十三 信託の引受け

(附属的商行為)

第五百三条 商人がその営業のためにする行為は、商行為とする。

2 商人の行為は、その営業のためにするものと推定する。

## 【参考5】「消費者契約」の意義に関連する学説

### ○山本豊「消費者契約法（1）—新法の背景、正確、適用範囲—」法学教室 241号 p 77（2000年10月）

・客が営業活動ないし専門的職業活動を行っている場合には、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が生ずる。解釈論としては、このような場合には、契約上使用目的が明示的または黙示的に定められていればそれにより、そうでなければ、いずれの使用目的が優越するか、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（客の優越する使用目的が私用であり、売主も契約締結時にそのことを知っていた場合には、客は消費者として契約したと判断する）ことが考えられる。

・消費者契約法では、消費者と事業者はまったく表裏の関係であるかのように、「事業として又は事業のために」という文言がどちらの定義規定にも用いられているが、事業性を広く解することは、事業者の範囲を広げる（消費者契約法の適用範囲を広げる）と同時に消費者の範囲を狭める（消費者契約法の適用範囲を狭める）という相矛盾する効果をもってしまう。

### ○落合誠一『消費者契約法』（有斐閣、2001年）p 57

「個人」が「事業として又は事業のために契約の当事者となる」には、「事業として又は事業のために」する意思が必要であるが、その意思は契約の相手方に客観的に認識できるものである必要がある（客観的に認識可能かは、当該行為の状況を総合的に判断して決定される。）そうでないと、相手方は、消費者契約法適用の有無に関する判断に困難が生じ、取引の安全が害されるからである。「事業として又は事業のために」する意思が契約の相手方において客観的に認識できない場合は、その「個人」は、「事業として又は事業のために契約の当事者となる場合」以外として「消費者」として扱われる。

## 【参考6】「消費者契約」の意義に関連する他法令、通達等の例

### ○「特定商取引に関する法律等の施行について」（平成17・11・28 商局第1号） 第2章（訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売）関係

#### 第1節（定義）関係

##### 1 法第2条（定義関係）

###### （10）「販売業者」及び「役務提供事業者」について

「販売業者」又は「役務提供事業者」（以下「販売業者等」という。）とは、販売又は役務の提供を業として営む者の意味であり、「販売又は役務の提供を業として営む。」とは、営利の意思をもって、反復継続して取引を行うことをいう。なお、営利の意思の有無については客観的に判断される。

また、例えばリース提携販売のように、「契約を締結し物品や役務を提供する者」と「訪問して契約の締結について勧誘する者」など、一定の仕組みの上での勧誘・販売等であるが、統合してみれば一つの訪問販売を形成していると認められるような場合には、これらの複数の者は、いずれも販売業者等に該当する。

#### 第5節（雑則）関係

##### 1 法第26条第1項第1号について

本号の趣旨は、契約の目的・内容が営業のためのものである場合に本法が適用されないという趣旨であって、契約の相手方の属性が事業者や法人である場合を一律に適用除外とするものではない。

例えば、一見事業者名で契約を行っていても、購入商品や役務が、事業者用というよりも主として個人用・家族用に使用するためのものであった場合は、原則として、本法は適用される。特に実質的に廃業していたり、事業実態がほとんどない零細事業者の場合には、本法が適用される可能性が高い。

（参考）特定商取引に関する法律  
（適用除外）

第二十六条 前三節の規定は、次の販売又は役務の提供で訪問販売、通信販売又は電話勧誘販売に該当するものについては、適用しない。

一 売買契約又は役務提供契約で、その申込みをした者が営業のために若しくは営業として締結するもの又は購入者若しくは役務の提供を受ける者が営業のために若しくは営業として締結するものに係る販売又は役務の提供

### ○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 （平成18年1月30日）

インターネット・オークションを通じて販売を行っている場合であっても、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。

## 2. 勧誘

### (1) 「勧誘をするに際し」(第4条第1項～第3項)

(消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し)

第四条 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次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、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。

一・二 (略)

2 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。)を故意に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。ただし、当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず、当該消費者がこれを拒んだときは、この限りでない。

3 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次に掲げる行為をしたことにより困惑し、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。

一・二 (略)

4・5 (略)

① 現在、消費者契約法第4条第1項から第3項までに規定する意思表示の取消しは、事業者が消費者契約の締結について「勧誘をするに際し、」不当な勧誘行為をした場合にすることができることとされている。ここで、「勧誘」の意義については、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み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に影響を与えているとは考えられない場合は「勧誘」に含まれないものとしている(参考1、2)。

② しかしながら、消費生活相談事例においては、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、近年のインターネットの普及に伴い、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掲載され、それを信じた消費者がトラブルに巻き込まれる事例が増加してきている(参考3、4、5)。

③ これに関し、学説においては、「勧誘」の意義について、  
・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みて誤

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。

・広告なども、それが契約締結の意思形成を具体的に働きかける性質のものであって、それに含まれる虚偽の情報によって消費者が誤認し、その後もその誤認が是正される機会がなく契約締結にまで至ったときには、不実告知による取消権を発生させると考えられる。

とするものも見られる（参考6）。

- ④ なお、裁判例においては、俳優等の養成所を経営する事業者から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いて、「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（ただし、不実告知による取消しは認められなかった。）もある。（参考7）

以上を踏まえ、

・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捉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はないか。

【参考 1】内閣府国民生活局消費者企画課編『逐条解説消費者契約法』[補訂版]

○「勧誘」について（p 67）

「勧誘」とは、消費者の契約締結の意思の形成に影響を与える程度の勧め方をいう。したがって、「〇〇」を買いませんかなどと直接に契約の締結を勧める場合のほか、その商品を購入した場合の便利さのみを強調するなど客観的にみて消費者の契約締結の意思の形成に影響を与えていると考えられる場合も含まれる。特定の者に向けた勧誘方法は「勧誘」に含まれるが、不特定多数向けのもの等客観的にみ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に影響を与えているとは考えられない場合（例えば、広告、チラシの配布、商品の陳列、店頭に備え付けあるいは顧客の求めに応じて手交するパンフレット・説明書、約款の店頭提示・交付・説明等や事業者が単に消費者からの商品の機能等に関する質問に回答するに止まる場合等）は「勧誘」に含まれない。

## 【参考 2】過去の国民生活審議会報告書における「勧誘」に関連する記述

### ○第 16 次国民生活審議会消費者政策部会中間報告（平成 10 年 1 月）

『消費者契約法（仮称）の具体的内容について』 p 16

#### 2 契約締結過程をめぐる問題を解決するための方策

##### （1）情報提供義務、不実告知

##### ア 情報提供義務違反・不実告知の場合の契約の取消

現代社会のように、情報や交渉力の面で消費者と事業者の間に大きな格差のある状況では、契約の勧誘に当たって、事業者が消費者に対し、消費者が契約を締結するという意思決定をする上で重要な情報を提供しないまま契約が結ばれるケースがあり、トラブルが多発している。（略）個別事案における予見可能性を高めるという観点からも、事業者から消費者に対する情報の提供に関して、信義則、債務不履行、不法行為などといった民法の規定が適用されたケースから色々なものを類型化して消費者契約法の中で明確に位置づけることが望ましい。

### ○第 16 次国民生活審議会消費者政策部会報告（平成 11 年 1 月）

『消費者契約法（仮称）の制定に向けて』 p 32

#### 2 契約締結過程の適正化のためのルールの内容

事業者から消費者への情報の適切な提供の確保に関する規定についての要件

##### （ア）消費者契約の「締結に際し」について

消費者契約の「締結に際し」とは、事業者が消費者と最初に接触してから契約を締結するまでの時間的経過において、という意味である。なお、民法は、申込み（一定の契約を締結しようとする意思表示）と相手方の承諾（申込みに応じて契約を成立させる意思表示）によって契約が成立する（締結させる）ことを原則としている。

### ○第 17 次国民生活審議会消費者政策部会報告（平成 11 年 12 月）

『消費者契約法（仮称）の立法に当たって』 p 10

不実告知及び断定的な判断の提供を行う手段としては、

- （1）口頭による説明
- （2）商品、包装、容器への表示
- （3）説明書等書面の交付
- （4）電話、書状等通信による伝達

など、当該消費者との契約締結のための勧誘に際し、事業者が当該消費者に対して用いる手段を広く対象とすることが考えられる。

### 【参考3】「勧誘」の意義に関連する消費生活相談事例

○広告を見て、厚労省認可の資格が取れるとあったので、カイロプラクティック講座（120万円）を申し込んだが、資格が取れないことが分かった。

（20代 女性）

（第3回消費者契約法評価検討委員会 国民生活センター 資料1-2 p21）

○「飲むだけでマラソン8kmの燃焼効果がある」「脂肪分解成分で確実にダイエット」「飲んで実感できない場合は返金する」等と書かれている新聞折込広告を見た。飲むだけで痩せられるならと思い、ドリンク10万円の契約をした。効果が無いので、契約返金を申し出たが、返金条件が厳しく、お金が戻らない。

（20代 女性）

（第2回消費者契約法評価検討委員会 全国消費生活相談員協会 資料3 p6）

○インターネットで、子どもの通信講座（月謝1万円）を契約した。ホームページ上には、質問は1日何回してもよいとあったが、実際には1日2回までだった。

（40代 女性）

（第3回消費者契約法評価検討委員会 国民生活センター 資料1-2 p21）

○ネットで「儲かる」というパチンコ情報サービスを申込み、入会金25万円振り込んだが儲からず返金を求めても応じてくれない。

（40代 女性）

（国民生活センター 消費生活相談事例より）

○融資の保証人を5万円で紹介してくれるという業者をインターネットで見つけ契約したが、料金の設定や契約内容が不明確で不審。相手金融機関の条件に合わず、別の保証人の紹介を依頼したところ、再度5万円を請求されたが、ネット上の規約には、「保証人を紹介する度に5万円がかかる」とは記載されていなかった。

（50代 男性）

（国民生活センター 消費生活相談事例より）

### 【参考4】インターネットに関連する相談件数の推移

～国民生活センター ホームページからの抜粋（2007年4月12日）～  
インターネットに関連した相談は、年々急増し、2004年度は2001年度と比較すると約10倍近く、なりました。しかし、2005年度以降、減少傾向となっています。

#### [P I O-N E Tに寄せられた相談件数の推移]

年度	2001	2002	2003	2004	2005	2006
相談件数	31,229	49,700	124,916	292,885	131,793	101,099

<http://datafile.kokusen.go.jp/wadai/internet1.html>

【参考5】円谷峻「インターネットの進展と消費者契約の変化」（国民生活2011年2月号）p10

## ○インターネットによる消費者取引の特性

### （1）姿の見えない販売業者・役務提供者

インターネットによる消費者取引では、代金を前払いで支払ったが商品が届かない、届いた消費員が不良品であった、返品に応じてもらえない等の問題が生じている。その紛争の根本的な背景は、インターネット取引では、商品または役務の提供者がその姿を見せない点にある。ここでは、消費者は提供される情報のみを信頼して取引を行う。

## ○消費者が抱いた信頼の保護—情報の開示の必要性

### （1）情報開示の必要性

インターネットによる消費者契約は、従来の消費者契約とその本質において異なるものではない。インターネットによる消費者取引または消費者契約で最も重要なことは、コンピューターの画面を通じて提供された電子情報の正確性を促進させ、電子情報に対する消費者の信頼を保護することである。

### （2）イージー・インとハード・イン

情報開示が必要だということは、消費者契約の締結のためには一定の情報の提供が有効な契約締結の前提となっていなければならない。我が国の契約法は諾成契約を原則とし、契約の成立は極めて容易である（イージー・イン）。しかし、我が国の消費者は、一般に代金支払いや引き渡しにより契約が成立すると考える傾向にある（ハード・イン）。消費者紛争の重要な原因として、わが邦における法典と法意識の乖離ということを忘れてはならない。（略）

インターネットを通じた消費者取引では、これまで以上に強い措置が必要になると思われる。

## 【参考6】「勧誘」の意義に関連する学説

### ○落合誠一 『消費者契約法』(有斐閣、2001年) p 73

「勧誘」とは、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いう。口頭、態度、文書あるいは電子的手段による等契約締結の意思表示をさせようとする働きかけであれば、その方法は問わない。また、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みて誤認し、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。

### ○山本豊「消費者契約法(2) —契約締結過程の規律—」法学教室242号p 89 (2000年10月)

勧誘とは、口頭による説明、商品・包装・容器への表示、説明書等書面の交付、電話・書状等通信による伝達等、契約締結の意思形成を具体的に働きかける行為を広く含むと解すべきである。広告なども、それが契約締結の意思形成を具体的に働きかける性質のものであって、それに含まれる虚偽の情報によって消費者が誤認し、その後もその誤認が是正される機会がなく契約締結にまで至ったときには、不実告知による取消権を発生させると考えられる。

### ○潮見佳男編著『消費者契約法・金融商品販売法と金融取引』(経済法令研究会、2001年) p 34

「不特定多数向けのもの等客観的にみ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に影響を与えているとは考えられない場合」の例として、「広告、チラシの配布、商品の陳列、店頭に備え付けあるいは顧客の求めに応じて手交するパンフレット・説明書、約款の店頭提示・交付・説明等や事業者が単に消費者からの商品の機能等に関する質問に回答するに止まる場合」が挙げられているのは、大いに問題がある(審議の過程では、こうした例示事項が「勧誘」に当たるか否かは議論されていない。そもそも「何が勧誘か」については議論の主題とはなっていない。)あくまでも「契約相手方の意思形成に働きかけ、直接に影響を与えているか」どうかなのであって、上記の例示に該当する場合でも、これが特定の契約相手方の意思形成へと関連付けられた場合には、本条にいう「勧誘」に該当するものというべきである。

### ○石戸谷豊「不利益事実の不告知」法学セミナー549号p 23 (2000年9月)

#### 二 勧誘とは

新聞の全面広告等で不実告知がなされた場合、消費者がそれを信用して誤認する危険性は、人的勧誘によって不実告知がなされた場合と同様に高い。このことは、ネット上での広告等の場合も同様である。しかも、電子取引の場合には、どこまでが広告でどこからが特定個人に対する働きかけの段階となるのかが判然と区別しにくいことが多い。また、新聞等の広告の場合と異なり、情報の伝達が事業者から消費者へという一方向ではなく、消費者から事業者へもな

され、双方向になるという特徴がある。

ネット上の商品案内が広告にすぎないとされると、それが契約の決定的要素である場合であっても消費者契約法の適用がないことになる。こうした解釈は妥当ではない。

## 【参考7】「勧誘」の意義に関連する裁判例

### ○神戸簡判平成14年3月12日（兵庫県弁護士会ホームページ）

#### （事案）

被告の経営する俳優等の養成所に入所した歌手志望の原告が、被告の養成システムが思っていたものと違うとして、本件契約を「勧誘するに際し、重要事項について事実と異なることを告げ」たことから、消費者契約法4条1項の不実告知等による取消しを主張した。

#### （判決の内容）

原告は新聞広告により被告においてテレビタレントや歌手等の新人養成をしており、これの希望者を募集しているのを知って応募し、合格通知を受けて、所定の入所経費を納入して入所手続を完了したというのであるから、一連の手続の中で被告から原告に送付された案内書類について、本件契約成立以前に、すなわち「契約の締結について勧誘をするに際し」て送付されたということができるものである。

ただ、被告から原告に送付された案内書類というのは、学校の場合でいえば、学校案内に類するものであり、したがって、被告における教育訓練の目的・施設等が入所希望者の希望にいかにか合致したものであるか、また、いかに優良な訓練教育を受けることができるか等入所希望者に対して被告がいかに魅力のある養成施設であるかをPRし、素質も熱意もある志望者をできるだけ多数確保することを目的とするものであるから、被告についてのよい面、他の養成機関より優れている点を強調する傾向になることは当然のことといえよう。（略）

被告における施設及び新人養成の実態は、会社や学校の入社入学案内と同じく、その性格上有利と思われる点については多少の強調をする傾向があることは避けられないものの、少なくとも案内書類にはほぼ真実が記載されていると認められるのであって、少なくとも事実と異なることを告げているとすることはできない（結論として、消費者契約法第4条第1項第1号（不実告知）による取消しは認められなかった）。

## 【参考 8】表示規制について

(大村敦志『消費者法』[第 2 版] (2003 年,有斐閣) 158 頁)

### 表示規制の三類型

①表示規制法定事項型＝積極的に一定の事項の表示を義務づけるタイプの表示規制 (例 食品衛生法第 11 条、薬事法第 50 条～第 53 条、家庭用品品質表示法 3 条)

②不当表示禁止型＝消費者に誤認を生じさせるような表示を制限するタイプの規制 (例 不当景品類及び不当表示防止法第 4 条、特定商取引法第 12 条)

①不当景品類及び不当表示防止法 (昭和三十七年五月十五日法律第百三十四号)

(不当な表示の禁止)

第四条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号に掲げる表示をしてはならない。

一 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実に相違して当該事業者と競争関係にある他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示すことにより、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示

二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と競争関係にある他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認されるため、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示

三 前二号に掲げるもののほか、商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある表示であって、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認めて公正取引委員会が指定するもの

2 公正取引委員会は、前項第一号に該当する表示か否かを判断するため必要があると認めるときは、当該表示をした事業者に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、第六条第一項及び第二項の規定の適用については、当該表示は同号に該当する表示とみなす。

②特定商取引に関する法律 (昭和三十七年六月四日法律第五十七号)

(誇大広告等の禁止)

第十二条 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売をする場合の指定商品若しくは指定権利の販売条件又は指定役務の提供条件について広告をするときは、当該商品の性能又は当該権利若しくは当該役務の内容、当該商品の引渡し又は当該権利の移転後におけるその引取り又はその返還についての特約その他の経済産業省令で定める事項について、著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示をしてはならない。

(合理的な根拠を示す資料の提出)

第十二条の二 主務大臣は、前条に規定する表示に該当するか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該表示をした販売業者又は役務提供事業者に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該販売業者又は当該役務提供事業者が当該資料を提出しないときは、第十四条及び第十五条第一項の規定の適用については、当該表示は、前条に規定する表示に該当するものとみなす。

③規格型＝品質の規格化を行い一定の規格に合格した商品にはそのことを示す特別の表示を許すという規制。

(例 工業製品に関する JIS マーク、農業製品に関する JAS マーク)

## 2. 勧誘

### (2) 「将来における変動が不確実な事項」(第4条第1項第2号)

(消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し)

第四条 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次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、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。

一 (略)

二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものに関し、将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項につき断定的判断を提供すること。 当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認

2～5 (略)

- ① 消費者契約法第4条第1項第2号にいう「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、通貨の価格)をいうものとしている(参考1、2)。
- ② 消費生活相談事例においては、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(参考3)。
- ③ 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き、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、暴利行為として公序良俗に反し無効とした。)ものがあるほか、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(参考4)。
- ④ 学説においては、「将来における変動が不確実な事項」について
  - ・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である。
  - ・将来の見通しが性質上不確実な取引事項を指し、たとえば、資格取得講座を受講すれば必ず資格が取得できるとか、エステティックサロンの痩身コースを受ければ必ず痩せられるなど、金銭的な利益以外のものも含まれる。とするものがある(参考5)。
- ⑤ なお、他法令における断定的判断に関する規定としては、「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」に分類することができる（参考6）。

以上を踏まえ、

- ・第一審では断定的判断の提供に該当すると認め、控訴審はこれを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。
- ・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（この教材を使うと必ず成績があがると言われた場合に、全く勉強せず、成績があ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。
- ・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のない人が、「私が教えればTOEICで必ず満点がとれるようになる」と勧誘する場合や、およそ痩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痩せることができる」と勧誘する場合など）。

## 【参考1】内閣府国民生活局消費者企画課編『逐条解説消費者契約法』[補訂版]

### ○趣旨（p 41）

本号は、将来において消費者が財産上の利得を得るか否かを見通すことが契約の性質上そもそも困難である事項（当該消費者契約の目的となるものに関し、将来における変動が不確実な事項）について事業者が断定的判断を提供した場合につき、取消しの対象とする旨を規定している。これは、不実告知（第1号）と同様に、誤認を通じて消費者の意思表示に瑕疵をもたらさうる不適切な勧誘行為だからである。典型的には、保険、証券取引、先物取引、不動産取引、連鎖販売取引の分野における契約が問題となりうる。

### ○「将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項につき」

「将来における変動が不確実な事項」の例示としては、

ア 「将来におけるその（＝物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの）価額」（例えば不動産取引に関して、将来における当該不動産の価額）、

イ 「将来において当該消費者が受け取るべき金額」（例えば保険契約に関して、将来において当該消費者が受け取るべき保険金の額）

の2つを掲げている。

「その他の将来における変動が不確実な事項」とは、これら2つの概念には必ずしも含まれない、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、通貨の価格）をいう。

【参考 2】過去の国民生活審議会報告書における「将来における変動が不確実な事項」に関連する記述

○第 17 次国民生活審議会消費者政策部会報告（平成 11 年 12 月）

『消費者契約法（仮称）の立法に当たって』 p 12

3 契約締結過程

（1）要件及び効果

消費者は、事業者の下記①に該当する行為により誤認したことによって、…（略）…、消費者契約を締結したとき、当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示を取り消すことができるものとする。

① 誤認

当該消費者契約の締結の勧誘に際し、次に掲げるもののいずれかに関する事項であって、消費者が当該消費者契約を締結する判断に影響を及ぼす重要なものにつき、不実のことを告げ、将来の見込みについて断定的な判断を示し、又は告知した事実に密接に関連する消費者に不利益な事実を故意に告げない行為

- ア．当該消費者契約の対象たる財、権利又は役務の質、用途その他の内容
- イ．当該消費者契約の対象たる財、権利又は役務の対価その他の取引条件
- ウ．当該消費者契約の消費者の解除権の有無

### 【参考3】「将来における変動が不確実な事項」に関連する消費生活相談事例

○3ヶ月前に自宅を訪れた販売員に「太りすぎ」と指摘された。「当社の下着を着用すれば必ず痩せる。ローションを塗るとさらによい」などと言われ、下着セットとローションを300万円で購入した。しかし説明通り着用しても全く痩せない上、支払いも困難なので返品したい。(20代 女性)

(第2回消費者契約法評価検討委員会 全国消費生活相談員協会 資料3 p3)

○20代の息子が、エステ店で、エステの他、健康食品、美容器具等(総額230万)を次々に契約した。息子はニキビに悩んでおり、「必ず結果を出す」と言われ信じて契約したようだ。(50代 女性)

(第3回消費者契約法評価検討委員会 国民生活センター 資料1-2 p17)

○写真や手相を見て、夫は来年2月には寝たきりになる、私は60才前に死ぬ、本部で祈祷をあげれば絶対大丈夫と1回千円の祈祷サービス二人分で2年間分140万を払うように言われた。このような商売が許せない。(50代 女性)

(国民生活センター 消費生活相談事例)

○自社の教材を使うと確実に成績が上がり、分からない所は電話で指導するし、教材以外のところも指導すると説明があり、高額な補習用教材を契約したが、事実と異なり解約希望。(30代 女性)

(国民生活センター 消費生活相談事例)

## 【参考4】「将来における変動が不確実な事項」に関連する裁判例

### ○神戸地裁尼崎支部判平成15年10月24日（兵庫県弁護士会ホームページ） （事案）

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（改名・ペンネーム作成、印鑑購入）について、勧誘方法が違法・不当であることを理由として契約の取消しを主張し、既払金の返還を求めた。特に、原告は付随契約が、将来の運勢、運命あるいは経済状態という変動が不確実な事項につき、断定的判断を提供したものであるから、法4条1項2号に取り消すことができる旨主張した。

#### （判決の内容）

原告は、改名及びペンネーム作成契約や印鑑購入契約の締結につき、被告から勧誘を受けるに際し、被告から、改名、ペンネーム、印鑑に関して、改名及びペンネーム作成、印鑑製作、祈祷をすれば、原告の運勢や将来の生活状態が必ず好転するという趣旨の説明を受け、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ことにより、上記提供された断定的判断の内容が確実であると誤認して、各契約を締結したものと認められる。（結果として、消費者契約法4条1項2号による取消しは認められた。）

### ○大阪高判平成16年7月30日（兵庫県弁護士会ホームページ）

※上記神戸地裁尼崎支部判平成15年10月24日の控訴審

#### （判決の内容）

法4条1項2号の「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であり、漠然とした運勢、運命といったものはこれに含まれないものというべきである。（結果として、消費者契約法4条1項2号による取消しは認められなかった。ただし、暴利行為として公序良俗に反し無効とした。）

### ○名古屋地判平成17年1月26日（判例時報1939号85頁）

#### （事案）

被告が、原告の従業員が、商品先物取引において断定的な判断を提供して取引の勧誘をしたとして、消費者契約法4条1項2号により契約の取消しを主張した。

#### （判決の内容）

原告の従業員は、被告に売増しの勧誘に際し、「灯油は必ず下げてくる、上がることはあり得ないので、50枚売りでやって欲しい。」「上場企業の部長の私を信用して30枚やってもらえませんか。」「当たりの宝くじを買うみたいなものですよ。」「責任を持って利益をとって、お盆休み明けには、私が現金を持っていきます。」…（略）…などと断定的判断を提供し、被告はこれを信じ、売増したことが認められる。（略）Aによる勧誘行為は、断定的

判断の提供に当たり、被告はこれにより、売増したのであるから、消費者契約法4条1項2号により、取り消すことができる。

#### ○東京地判平成17年11月8日（判例時報1941号98頁）

##### （事案）

消費者であるという控訴人が、事業としてパチンコ攻略情報を販売している被控訴人に対し、被控訴人から「だれにでもできる簡単な手順」「100パーセント絶対に勝てる」等の勧誘を受けてパチンコ攻略情報を購入したが、被控訴人の勧誘は消費者契約法4条1項1号所定の「重要事項に関する不実の告知」、同項2号所定の「断定的判断の提供」に当たるので、同条1項本文の規定に基づき、当該売買契約を取り消したと主張して、被控訴人に対し、売買代金の返還及び遅延損害金の支払いを求めた。

##### （判決の内容）

本件契約は、被控訴人が控訴人に対し、常に多くの出玉を獲得することができるパチンコの打ち方の手順等の情報を提供し、控訴人に経済的な利益を得させることを目的とする契約であるところ、一般的に、パチンコは、各個別のパチンコ台の釘の配置や角度、遊技者の球の打ち方や遊技する時間、パチンコ台に組み込まれて電磁的に管理されている回転式の絵柄の組み合わせなどの複合的な要因により、出球の数が様々に変動する遊技機であり、遊技者がどれくらい出玉を獲得するかは、複合的な要因による偶然性の高いものである。したがって、本件契約において、被控訴人が控訴人に提供すると約束した情報は、将来における変動が不確実な事項に関するものといえる。（略）

本件広告における前記表現及び被控訴人の従業員であるAの控訴人に対する前記の勧誘は、本来予測することができない被控訴人がパチンコで獲得する出球の数について断定的判断を提供するものといえる。（略）

控訴人が、従業員Aに対し、本件広告記載の100%稼げるという内容が本当であるか尋ねていることからみて、従業員Aの勧誘を受ける前には、控訴人は、パチンコで常に利益を獲得する方法があることに対しては半信半疑の思いを抱いていたと認められる。したがって、前記のとおり、従業員Aによる確実な利益を約束する言葉を用いた勧誘及び被控訴人が提供する情報が特別なものであるということの強調により、控訴人は、本件広告の記載内容を含めた被控訴人による前記断定的判断の内容が真実であると誤信したと認めるのが相当である。（略）

#### ○福岡地判平成19年2月20日

##### （事案）

原告が、被告に対し、被告から絶対に稼げるというパチンコの攻略情報を購入したが全く効果がなかったことから、消費者契約法4条1項1号若しくは2号に該当すると主張して情報購入に関する契約を取り消したことから不当利得に基づき、情報相当額等を請求した。

### (判決の内容)

原告と被告との契約は、常に多くの出玉を獲得することができるパチンコの打ち方の手順等の情報を提供し、原告に経済的な利益を得させることを目的とする契約であるところ、一般的に、パチンコは、各個別のパチンコ台の釘の配置や角度、遊技者の球の打ち方や遊技する時間、パチンコ台に組み込まれて電磁的に管理されている回転式の絵柄の組み合わせなどの複合的な要因により、出玉の数が様々に変動する遊技機であり、遊技者がどれくらい出玉を獲得するかは、複合的な要因による偶然性の高いものである。したがって、本件の原告と被告との契約において被告が提供すると約束した情報は、将来における変動が不確実な事項に関するものということができる。(略)

被告担当者において原告に対して、絶対稼げる、誰でも出来るなどと述べたほか、被告担当者は「大丈夫絶対3桁出すから。〇〇さんが出さないと意味ない」、「情報保証、そういうのは全部やります。」などと述べていることが認められることに照らすと、原告の勧誘に当たっても同旨の勧誘をしていることが強く推認されるのであって、原告が被告との間で一連の契約を締結するに際しての勧誘に際し、本来予測することができない原告がパチンコで獲得する出玉の数について断定的判断を提供したものということができる。

そして、原告は、被告の配布する広告や被告担当者の勧誘によって、被告が提供する攻略情報によって確実にパチンコで稼ぐことができるという断定的判断の内容が確実であると誤信したものと認められ、この誤信に基づいて、支払をしたものと認められる。(結果として、原告の不当利得返還請求は認められた。)

## 【参考5】「将来における変動が不確実な事項」に関連する学説

### ○落合誠一『消費者契約法』（有斐閣、2001年）p79

「将来における変動が不確実な事項」は、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限定されるかは問題である。結論的に言って、かかる意味での経済的事項に必ずしも限定されないと解すべきである。本号が断定的判断による取消しを消費者に認める理由は、消費者契約において「将来における変動が不確実な事項」をあたかも確実であるかのように断言して契約を締結される行為を広く抑制するためであり、本号の取消しの対象を金融商品的なものに限定することは、むしろ消費者契約法の目的および本号の趣旨に合致しないからである。

### ○潮見佳男編著『消費者契約法・金融商品販売法と金融取引』（経済法令研究会、2001年）p39

注意を要するのは、本条では「将来における変動が不確実な事項」というように一般的な表現様式が用いられており、単にリスク・リターン情報、財産上の利得に関する事項に限られないという点である（たとえば、「余命いくばくもない」との事項もこれに該当する可能性がある。）断定的判断の提供とは、「評価の告知」に関するものであり、事業者がいかに関取引交渉において自らの評価・意見を自由に述べる事が許されるといっても、現時点で不確実な事項について消費者が自らの評価で将来の見通しにつき自律的に判断をする機会を奪う場合には、消費者の自律的判断に基づく決定がされたとはいえないために契約の取消しを認めるという趣旨のものである。これに該当する事項はおよそ「物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるもの」に関するものであれば、もれなく本号の対象となる。

### ○池本誠司「不実の告知と断定的判断」法学セミナー549号p22（2000年9月）

「その他将来における変動が不確実な事項」とは、将来の見通しが性質上不確実な取引事項を指す。たとえば、資格取得講座を受講すれば必ず資格が取得できるとか、エステティックサロンの痩身コースを受ければ必ず痩せられるなど、金銭的な利益以外のものも含まれる。

## 【参考6】「将来における変動が不確実な事項」に関連する他法令の例

「断定的判断」という用語を用いられている法令を調べたところ、「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」と分類することができる。

### ○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

#### ①宅地建物取引業法（昭和二十七年六月十日法律第七十六号）

第四十七条の二 宅地建物取引業者又はその代理人、使用人その他の従業者（以下この条において「宅地建物取引業者等」という。）は、宅地建物取引業に係る契約の締結の勧誘をするに際し、宅地建物取引業者の相手方等に対し、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をしてはならない。

#### ②特定商取引に関する法律（昭和三十五年六月四日法律第五十七号）

（指示）

##### 第三十八条

二 その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引につき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してその連鎖販売業に係る連鎖販売契約（その連鎖販売業に係る商品の販売若しくはそのあつせん又は役務の提供若しくはそのあつせんを店舗等によらないで行う個人との契約に限る。次号において同じ。）の締結について勧誘をすること。

##### 第五十六条

二 その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引につき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してその業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売契約（その業務提供誘引販売業に関して提供され、又はあつせんされる業務を事業所等によらないで行う個人との契約に限る。次号において同じ。）の締結について勧誘をすること。

#### ③海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律（昭和三十七年七月十六日法律第六十五号）

（不当な行為等の禁止）

##### 第十条

一 海外商品市場における先物取引に関し、顧客に対し、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して、海外先物契約の締結又は顧客の売買指示について勧誘すること。

#### ④金融先物取引法（昭和六十三年五月三十一日法律第七十七号）

（禁止行為）

##### 第七十六条

一 顧客に対し、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して受託契約等の締結を勧誘すること。

#### ⑤商品投資に係る事業の規制に関する法律（平成三年五月二日法律第六十六号）

（不当な勧誘等の禁止）

##### 第十七条

一 顧客に対し、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して、商品投資顧問契約の締結又は更新を勧誘すること。

#### ⑥不動産特定共同事業法（平成六年六月二十九日法律第七十七号）

第二十一条 不動産特定共同事業者又はその代理人、使用人その他の従業者（以下この条において「不動産特定共同事業者等」という。）は、不動産特定共同事業契約の締結の勧誘をするに際し、その相手方に対し、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をしてはならない。

## ○不確実な事項につき断定的判断を提供する行為

### ①商工組合中央金庫法

(昭和十一年五月二十七日法律第十四号)

第三十条ノ二ノ二 商工組合中央金庫ハ其ノ業務ニ関シ次ニ掲グル行為(次条ニ規定スル特定預金契約ノ締結ノ業務ニ関シテハ第四号ニ掲グル行為ヲ除ク)ヲ為スコトヲ得ズ

一 顧客ニ対シ虚偽ノコトヲ告グル行為

二 顧客ニ対シ不確実ナル事項ニ付断定的判断ノ提供ヲ為シ又ハ確実タルト誤認セシムル虞アルコトヲ告グル行為

### ②農業協同組合法(昭和二十二年十一月十九日法律第三百二十二号)

第十一条の二の三

二 利用者に対して、不確実な事項につき断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれのあることを告げる行為

### ③金融商品取引法(昭和二十三年四月十三日法律第二十五号)

(禁止行為)

第三十八条

二 顧客に対し、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤解させるおそれのあることを告げて金融商品取引契約の締結の勧誘をする行為

### ④水産業協同組合法(昭和二十三年十二月十五日法律第二百四十二号)

(信用事業に係る禁止行為)

第十一条の六の三

二 利用者に対し、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれのあることを告げる行為

### ⑤商品取引所法(昭和二十五年八月五日法律第二百三十九号)

(不当な勧誘等の禁止)

第二百十四条

一 商品市場における取引等につき、顧客に対し、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれのあることを告げてその委託を勧誘すること。

### ⑥銀行法(昭和五十六年六月一日法律第五十九号)

(銀行の業務に係る禁止行為)

第十三条の三

二 顧客に対し、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれのあることを告げる行為

(銀行代理業に係る禁止行為)

第五十二条の四十五

二 顧客に対し、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれのあることを告げる行為

### ⑦貸金業法(昭和五十八年五月十三日法律第三十二号)

(禁止行為)

第十二条の六

二 資金需要者等に対し、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれのあることを告げる行為(次号に掲げる行為を除く。)

### ⑧金融商品の販売等に関する法律(平成十二年五月三十一日法律第一百号)

(金融商品販売業者等の断定的判断の提供等の禁止) (※)

第四条 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、当該金融商品の販売に

係る事項について、不確実な事項について断定的判断を提供し、又は確実であると誤認させるおそれのあることを告げる行為（以下「断定的判断の提供等」という。）を行ってはならない。

（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。

※池田和世「金融商品販売法の改正」商事法務 1782号 p17～p21

「証券取引法等の一部を改正する法律」とともに成立した「証券取引法等の一部を改正する法律の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律」により、第4条は新たに設けられた。金融商品の販売等について業者が断定的判断を行ったことを理由として民法上の不法行為責任を認めた近時の裁判例を踏まえ、顧客の業者に対する損害賠償請求を容易にするため追加された。

## ○将来における契約者配当金その他将来における金額が不確実な事項として省令で定めるものについて断定的判断を示す行為

①簡易生命保険法（昭和二十四年五月十六日法律第六十八号）

（保険契約の締結又は保険募集に関する禁止行為）

第四百四条

七 保険契約者若しくは被保険者又は不特定の者に対して、将来における契約者配当金その他将来における金額が不確実な事項として総務省令で定めるものについて、断定的判断を示し、又は確実であると誤解させるおそれのあることを告げ、若しくは表示する行為

②保険業法（平成七年六月七日法律第五号）

（保険契約の締結又は保険募集に関する禁止行為）

第三百条

七 保険契約者若しくは被保険者又は不特定の者に対して、将来における契約者配当又は社員に対する剰余金の分配その他将来における金額が不確実な事項として内閣府令で定めるものについて、断定的判断を示し、又は確実であると誤解させるおそれのあることを告げ、若しくは表示する行為

## ○「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こと

①宅地建物取引業法施行規則（昭和三十二年七月二十二日建設省令第十二号）

（法第四十七条の二第三項の国土交通省令で定める行為）

第十六条の十二

一 宅地建物取引業に係る契約の締結の勧誘をするに際し、宅地建物取引業者の相手方等に対し、次に掲げる行為をすること。

イ 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こと。

ロ 正当な理由なく、当該契約を締結するかどうかを判断するために必要な時間を与えることを拒むこと。

ハ 電話による長時間の勧誘その他の私生活又は業務の平穩を害するような方法によりその者を困惑させること。

（参考）宅地建物取引業法

（昭和二十七年六月十日法律第七十六号）

第四十七条の二 宅地建物取引業者又はその代理人、使用人その他の従業者（以下この条において「宅地建物取引業者等」という。）は、宅地建物取引業に係る契約の締結の勧誘をするに際

し、宅地建物取引業者の相手方等に対し、利益を生ず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をしてはならない。

2 宅地建物取引業者等は、宅地建物取引業に係る契約を締結させ、又は宅地建物取引業に係る契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、宅地建物取引業者の相手方等を威迫してはならない。

3 宅地建物取引業者等は、前二項に定めるもののほか、宅地建物取引業に係る契約の締結に関する行為又は申込みの撤回若しくは解除の妨げに関する行為であつて、宅地建物取引業者の相手方等の保護に欠けるものとして国土交通省令で定めるものをしてはならない。

## 【参考 7】「将来における変動が不確実な事項」に関連する地方公共団体の条例等の例

地方公共団体の条例において、断定的判断の提供を禁止する対象行為として、単に「将来における不確実な事項」とするもの、「消費者が商品売買契約等の締結の意思を決定する上で判断に影響を及ぼす重要な事項についての将来における変動」とするもの、「将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項」についてとするもの等がある。

### ○「将来における不確実な事項」

#### ①東京都消費生活条例（平成 6 年東京都条例第 1 1 0 号）

（不適正な取引行為の禁止）

第 25 条 知事は、事業者が消費者との間で行う取引に関して、次のいずれかに該当する行為を、不適正な取引行為として規則で定めることができる。

三 消費者に対し、販売の意図を隠し、商品若しくはサービスの品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報であって、事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

#### 東京都消費生活条例施行規則（平成 6 年東京都規則第 2 2 5 号）

（条例第 25 条第 1 項第 3 号の不適正な取引行為）

第 6 条 条例第 25 条第 1 項第 3 号の規定に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。  
三 商品又はサービスの販売に際し、消費者が契約締結の意思を決定する上で重要な事項について、事実と異なること若しくは誤信させるような事実を告げて、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

#### ②新潟県消費生活の安定及び向上に関する条例（昭和 52 年新潟県条例第 44 号）

第 13 条 知事は、事業者が消費者との間で行う取引に関する行為のうち、次の各号のいずれかに該当するものを、不当な取引行為として規則で定めることができる。

(1) 消費者に対し、販売の意図を明らかにせず、商品等に関する重要な情報を提供せず、誤信を招く情報を提供し、消費者の不安をあおる等の不当な方法で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

#### ○新潟県消費生活の安定及び向上に関する条例施行規則（昭和 53 年新潟県規則第 12 号）

別表（第 1 条の 2 関係）

1 条例第 13 条第 1 項第 1 号に該当する不当な取引行為

(8) 商品等の販売契約に関する消費者の判断に影響を及ぼす重要な事項について、故意に告げず、若しくは事実と異なること若しくは誤信させるような事実を告げて、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

### ○「消費者が商品売買契約等の締結の意思を決定する上で判断に影響を及ぼす重要な事項についての将来における不確実な事項」

#### ①福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（昭和五十二年福島県規則第四十六号）

（不当な取引行為の禁止）

第十三条の二 事業者は、消費者との間で行う商品等の取引に関し、次のいずれかに該当する行為であって規則で定めるもの（以下「不当な取引行為」という。）を行ってはならない。

二 消費者との商品売買契約等の締結又はその勧誘に際して、口頭によると文書によるとを問わず、消費者が当該商品売買契約等に関する事項を正確に認識することを妨げるおそれがある行為

福島県民の消費生活の安定及び向上に関する条例施行規則(昭和五十二年福島県規則第四十六号)

(不当な取引行為)

第七条 条例第十三条の二第二号に該当する行為で規則で定めるものは、消費者との商品売買契約等の締結又はその勧誘に際して行う次に掲げる行為とする。

三 消費者が商品売買契約等の締結の意思を決定する上で判断に影響を及ぼす重要な事項の将来における変動について、不確実であるにもかかわらず断定的判断を消費者に告げる行為

②神奈川県消費生活条例(昭和55年神奈川県条例第1号)

第3節取引行為の適正化

(不当な取引行為の禁止)

第13条の2

2 事業者は、消費者との商品売買契約等の締結又はその勧誘に際して、口頭によると文書によるとを問わず、消費者が当該商品売買契約等に関する事項を正確に認識することを妨げるおそれがある不当な行為として別表第2に掲げる行為をしてはならない。

別表第2(第13条の2、第21条、第27条関係)

3 消費者が商品売買契約等の締結をするか否かについての判断に影響を及ぼす重要な事項について、将来における変動が不確実な事項について断定的判断を提供すること。

## ○「財産上の利得に関連した事項」

①佐賀県民の安全安心な消費生活に関する条例(平成十七年佐賀県条例第30号)

(不当な取引行為の禁止)

第二十二條 事業者は、消費者との間で行う商品等の取引に関して、次のいずれかに該当する行為のうち、不当な取引行為として規則で定めるものを行ってはならない。

一 消費者に対し、販売の意図を隠し、又は商品等の品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組み等に関する重要な情報を提供せず、若しくは契約締結の意思を形成する上で重要な事項について誤信を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項について断定的な判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

佐賀県民の安全安心な消費生活に関する条例施行規則(平成17年佐賀県規則第11号)

第二章 不当な取引行為

(条例第二十二條第一号の不当な取引行為)

第四条 条例第二十二條第一号に該当する行為のうち、不当な取引行為として規則で定めるものは、次のとおりとする。

五 商品等に関し、将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項につき断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

②北海道消費生活条例

(商品及び役務に係る不当な取引方法の禁止)

第十六条 事業者は、消費者の知識、能力又は経験の不足に乗じて、消費者を不当に誘引し、又は唆す等の消費者にその供給する商品又は役務の選択を誤らせるような取引方法で知事が定めるもの(以下「不当な取引方法」という。)を用いてはならない。

商品及び役務に係る不当な取引方法

・商品及び役務に係る不当な取引方法(告示)

不当な取引方法は、次のとおりとする。

1 「勧誘」に際しての不当な取引方法

(11) 契約の目的となるものに関し、消費者の財産上の利得に影響するものであって将来における変動が不確実な事項について、断定的判断を提供すること。

## 2. 勧誘

### (3) 不利益事実の不告知（第4条第2項）

- ① 先行行為の必要性
- ② 故意の要件

（消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し）

#### 第四条（略）

2 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。）を故意に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。ただし、当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず、当該消費者がこれを拒んだときは、この限りでない。

- ① 現在の消費者契約法第4条第2項では、取消しの要件として、「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る」ことが必要とされている。ここで、「当該重要事項に関連する事項」とは、基本的には、「ある重要事項」にかかわりつながる事項を広く意味するが、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」に密接にかかわりつながるものであるとしている。「当該消費者の利益となる旨」とは、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（必ずしも財産上の利益に限らない）を生じさせるであろうことをいうものとしている。  
また、不利益となる事実を告げないことについて「故意」が必要である。ここで、「故意」とは、「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（参考1、2）。
- ② 消費生活相談事例においては、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ことから、「当該消費者の利益となる旨」と告げたものとはいえない事例や、中古車業者から中古車を購入したところ、後日、事故車であることが判明した事例などが見受けられるが、第4条に関連する相談件数の中でも、その数が少ない（参考3）。
- ③ 判例においては、「当該消費者の利益となる旨が告げられたか」否かのほか、「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るが、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ものと考えられるものがある（参考4）。

- ④ 学説においては、
- ・故意のみに限定されるものではなく、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（参考5）。

- ⑤ 特定商取引に関する法律では、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たが、先行行為（当該不告知の前に消費者の利益となる事実を告げる）は必要とされていない（参考6）。

また、民法の詐欺（同法第96条）においては、信義則上の義務を根拠として、土地の売主である事業者が建築について制限がある事実を買主に告げなかったことが詐欺に該当するとしたものがある（参考7）。

以上を踏まえ、

- ・他の不当な勧誘行為に関する規定に比べ、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が考えられないか。

- ・他方で、不作為による取消しを認めるためには、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もできないことをどのように考えるべきか。

- ・故意の要件については、不告知の事実が認められればある程度推認されることをどのように考えるべきか。

① 「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」（p78）

「当該重要事項に関連する事項」とは、基本的には、「ある重要事項」にかかわりつながる事項を広く意味する。しかしながら、不利益事実の不告知の対象が「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。」と限定されているため、実際上この「事項」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」に密接にかかわりつながるものである。

「当該消費者の利益となる旨」とは、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」（＝個別具体的な消費者）に利益（必ずしも財産上の利益に限らない）を生じさせるであろうことをいう。

本項が個別の勧誘場面について適用される規範である以上、ここでは「一般平均的な消費者の利益」ではなく「当該消費者（＝個別具体的な消費者）の利益」を問題としている。

② 「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。）を故意に告げなかったこと」

「当該消費者の不利益となる事実」とは、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」（＝個別具体的な消費者）に不利益（必ずしも財産上の不利益に限らない）を生じさせる恐れがある事実をいう。

本項が個別の勧誘場面について適用される規範である以上、ここでは「一般平均的な消費者の利益」ではなく「当該消費者（＝個別具体的な消費者）の不利益」を問題としている。

「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」とは事業者の先行行為（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）により、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実は存在しないであろうと「消費者」（＝一般平均的な消費者）が通常認識するものをいう。

「故意に」とは、「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」という意味である。