

【参考 2】過去の国民生活審議会報告書における「不利益事実の不告知」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 18

2 契約締結過程をめぐる問題を解決するための方策

（2）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

次に、情報提供義務違反や不実告知を行ったことについて、事業者の故意があることを要件とするか否かについて検討する必要があるが、事業者の故意の有無にかかわらず、情報の提供がなかったこと又は不実のことが告げられたことによって消費者が受ける影響は同じであるとともに、故意の立証は、消費者にとってきわめて困難であり、故意を要件としたのでは実質上現行の民法と変わらず、このルールを作る意味がなくなってしまうという問題が生じることとなると考えられる。以上のことから、重要事項について、事業者が消費者に対して情報を提供しなかった場合又は不実のことを告げた場合について、次のようにすることが適切である。

（情報提供義務違反・不実告知の場合の契約の取消）

消費者契約において、事業者が、契約の締結に際して、契約の基本的事項その他消費者の判断に必要な重要事項について、情報を提供しなかった場合又は不実のことを告げた場合であって、当該情報提供があった又は当該不実の告知がなかったならば消費者が契約締結の意思決定を行わなかった場合には、消費者は当該契約を取り消すことができる。

○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』 p 34

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

イ 事業者の行為と消費者の意思表示との因果関係等

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としては、次に、重要事項についての情報の提供があり、又は不実告知がなかったならば、当該消費者が契約締結の意思表示をしなかったこと（事業者の行為と消費者の意思表示との因果関係）が考えられる。新たに消費者に取消権を付与するに当たっては、事業者側の行為態様（情報の不提供又は不実告知）だけではなく、個別具体的な消費者の行為態様や事情（情報の不提供又は不実告知により、当該契約を締結した。）にも併せて着目することが必要であると考えられる。

○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』p12

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。

② 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つて、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

[説明]

「消費者に不利益な事実を告げない行為」については、故意等の事業者の主観的要件の要否、故意を要件とする場合のその故意の内容等に関し、共通の認識が得られなかった。故意の内容については、「消費者を誤認させる目的で」、「消費者が誤認していることを認識しながら」、「当該事実を消費者が認識していないことを知っていながら」などの意見があつた。また、「告知した事実に密接に関連する」の要件については、商品の展示、書面の備え置きだけでは、「告知した」ことには当たらないと考えられる。一方、「告知した事実に密接に関連する」ものに限定する必要はないとの意見もあつた。

【参考3】「不利益事実の不告知」に関連する消費生活相談事例

○不動産業者の仲介で中古マンションの契約をして、手付金100万円を支払った。その直後、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になっていることを知った。契約前に業者と現地を見に行ったら、「子どもが喘息なので、前の空き地に変なものが建つと困る。」と質問したところ、業者は「市の施設が建つらしい」としか言わなかった。不動産業者はこの情報を知っていたのに、言わなかったとしか思えない。マンションの購入を取りやめたいので、手付金を返してほしい。(30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 p4)

○携帯電話販売店で、料金が定額となることを確認のうえ家族通話プランを申し込んだ。家族間は300円で通話し放題と思っていたが、7万円の請求があった。調べてみると、定額となるのは翌月からだった。(40代 女性)

(第2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 p18)

○中古車業者から中古車(120万円)を購入した。後日、別の業者に見積もりをしてもらったところ、事故車であることが判明し、10万でしか買い取れないと言われた。(40代 女性)

(第2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 p18)

(参考) 消費者契約法に関連する消費生活相談件数

(国民生活センター平成18年10月公表資料「消費者契約法に関連する消費生活相談件数と裁判の概況～法施行後5年～」から抜粋)

相談受付期間		2001年度		2002年度		2003年度		2004年度		2005年度		2001～2005年度		
		件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
消費者契約法に関する相談		1,403	100.0%	2,132	100.0%	1,856	100.0%	1,514	100.0%	1,871	100.0%	8,776	100.0%	
第4条関連の項目	(内訳)	不実告知	615	43.8%	1,043	48.9%	1,050	56.6%	887	58.6%	1,134	60.6%	4,729	53.9%
		断定的判断の提供	134	9.6%	222	10.4%	263	14.2%	206	13.6%	299	16.0%	1,124	12.8%
		不利益事実の不告知	38	2.7%	50	2.3%	81	4.4%	62	4.1%	51	2.7%	282	3.2%
		不退去	191	13.6%	230	10.8%	210	11.3%	171	11.3%	222	11.9%	1,024	11.7%
		監禁(退去妨害)	306	21.8%	407	19.1%	256	13.8%	147	9.7%	181	9.7%	1,297	14.8%
(4条関連全体)		1,170	83.4%	1,814	85.1%	1,621	87.3%	1,302	86.0%	1,634	87.3%	7,541	85.9%	
第8～10条関連の項目	問題契約書	198	14.1%	309	14.5%	238	12.8%	207	13.7%	227	12.1%	1,179	13.4%	
その他		69	4.9%	31	1.5%	10	0.5%	23	1.5%	29	1.5%	162	1.8%	

(注1) データは2001年4月1日から2006年3月末日まで受付が相談のうち、2006年5月末日までにPIO-NETに登録されたもの。

(注2) 各項目はマルチカウント。表中の割合は各相談受付期間別の全体数を100として算出した値である。

【参考4】「不利益事実の不告知」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）

（3）月謝値上げの不告知について

月謝の要否並びに値上げの有無、値上げの時期及びその額は、本件契約に類する契約においては、その基本的要素であって、契約の中でも重要な位置を占めており、これは一般消費者にとっては契約を結ぶか否かについての判断に通常影響を及ぼすものに当たるといふべきである。（略）

月謝の値上げについては、本件契約を勧誘するに際して、被告は原告に対し、月謝として1万3650円を納めさせて歌手コースに入所させるという「利益」を告げながら、3カ月後には月謝の値上げがあるという「不利益」を告げておらず、このため原告は歌手コースの月謝は入所時に支払った1万3650円のみであるとして誤信したものと認めなければならない。また、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、この点について被告には「故意」があったといわざるを得ない。（略）

被告（事業者）は原告（消費者）に対し、本件契約を勧誘するに際して、歌手コースに進むことについて、月謝の値上げという原告に不利益となる事実を告げておらず、したがって、原告の本件契約取消の主張は理由があるといふことができる。

○福岡地判平成16年9月22日（最高裁判所ホームページ）

（事案）

マンションの購入の際、ペットの飼育に関する販売業者の説明が不適切であったためペットの飼育が可能であると誤信して購入契約を締結させられたとして、説明義務違反による損害賠償請求又は不利益事実の不告知による取消し等に基づく不当利得の返還を求めた。

（判決の内容）

原告は、本件売買契約に至るまでの間、被告従業員及び被告履行補助者に対して、ペットとして犬を飼育していることを示し、本件マンションにおけるペットの可否について尋ねていたのであるから、原告にとって、本件マンションにおけるペット飼育の可否は、本件売買契約において重要な事項であったといえる。

しかしながら、被告が、ペット飼育の可否に関して、原告に告げたのは、制

定予定の本件管理組合規約等によれば、危害迷惑をかける行為に該当しない場合に限り、ペット飼育が可能であること、同管理組合規約等に照らせば、原告が飼育している犬の飼育は可能と思われるところ、特にペット飼育可能ということを広告しているマンションでない限り、被告が原告に対して告げた制定予定の管理組合規約の内容はマンションにおいて制定予定の管理組合規約としては通常のものであり、また、原告が現に飼っているペットの飼育に関しても、その管理組合規約の解釈を述べたにすぎないこと、原告は、本件マンションに入居する以前もマンションにおいて管理上一定の制限を受けつつペットを飼っていたことからすれば、被告が、原告に利益になることを述べたとはいえない。

したがって、不利益事実の不告知があったかを検討するまでもなく、消費者契約法4条2項に基づく取消しは認められない。

【参考5】「不利益事実の不告知」に関連する学説

○落合誠一 『消費者契約法』（有斐閣、2001年）p84

・故意には、当該消費者が当該事実を認識していないことを当該事業者が知っている必要があるとの見解があるが、これは不要と解すべきである。

・事業者の不利益事実の不告知につき故意は認定できないが、重過失はあると判断される場合は、どう解釈すべきか。この点は、見解が分かれ得るであろう。確かに法文上、故意とのみ規定されており、重過失につき明文の言及がないから、故意のみに限定されるとの解釈は、条文の文言に忠実であり、十分成り立ち得るものである。しかし利益となる事実のみを告げて重要事項につき不利益な事実を告げない事業者の行為は、行為として極めて悪質であり、こうした場合にこそ消費者被害の救済が特に求められていること、また消費者による事業者の故意の立証は一般に困難であること、規定の趣旨目的から重過失を故意と同等に扱う解釈は可能であること、さらには消費者契約法の立法目的等を総合的に考慮すれば、本要件は故意のみに限定されるものではなく、むしろ重過失の場合も含むと解すべきではないだろうか。

○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p89（2000年10月）

「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るが、あえて」という意味であると説明されている。民法の詐欺（沈黙による詐欺）スレスレの行為であるが、詐欺の場合の故意は、消費者を誤認させ、その誤認に基づき意思表示をさせる意図でという意味であるので、民法との論理矛盾（不利益事実の不告知の方が、重要事項による限定等により、詐欺より適用範囲が狭いので、両規定における故意が同一内容なら、わざわざ不利益事実の不告知による取消規定を置く意味がなくなってしまう）は、かろうじて避けられるということであろうか。

【参考6】「不利益事実の不告知」に関連する他法令の例

○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）

（禁止行為）

第六条 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、又は訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、次の事項につき、不実のことを告げる行為をしてはならない。

一 商品の種類及びその性能若しくは品質又は権利若しくは役務の種類及びこれらの内容その他これらに類するものとして経済産業省令で定める事項

二 商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価

三 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法

四 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期

五 当該売買契約若しくは当該役務提供契約の申込みの撤回又は当該売買契約若しくは当該役務提供契約の解除に関する事項（第九条第一項から第七項までの規定に関する事項を含む。）

六 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

七 前各号に掲げるもののほか、当該売買契約又は当該役務提供契約に関する事項であつて、顧客又は購入者若しくは役務の提供を受ける者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの

2 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、前項第一号から第五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。

3, 4（略）

（訪問販売における契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し）

第九条の二 申込者等は、販売業者又は役務提供事業者が訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするに際し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、それによって当該売買契約若しくは当該役務提供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 第六条第二項の規定に違反して故意に事実を告げない行為 当該事実が存在しないとの誤認

2～4（略）

○趣旨（9条）

特定商取引に関する法律では、第6条で、事業者の不当な勧誘を抑止するため、不実告知及び事実不告知について罰則をもって禁止しているが、これら禁止行為が行われたこと自体は、民事上の契約の効力には直ちに影響を与えないと解されている。事業者の行為が民法の詐欺や消費者契約法の不実告知等に該当すれば消費者は当該契約を取り消し得ることとなるが、それらでは取り消すことのできない場合も多く、トラブルに遭遇した個々の消費者の救済は難しい状況にあった。そこで、平成16年改正において、事業者が特定商取引法上の禁止行為を行った結果として消費者が誤認をし、そのために契約の申込みあるいはその承諾の意思表示をしたときは、民法や消費者契約法では取り消せない場合であっても当該意思表示を取り消せるものとして、被害を受けた消費者の救済を図ることとした。

○解説

第9条の2第1項は、販売業者又は役務提供事業者が、訪問販売に係る契約の締結についての勧誘を行う際に、第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た結果、誤認をして申込み又は承諾の意思表示をしてしまった消費者は、その意思表示を取り消すことができることとする規定である。

○「故意に事実を告げない行為」とは

「故意」とは、「当該事実が当該購入者等の不利益となるものであることを知っており」、かつ、「当該購入者等が当該事実を認識していないことを知っていること」をいう。「故意に事実を告げない行為」をもって足り、相手方が錯誤に陥り、契約を締結し又は解除を行わなかったことは必要としない。

○「前項第1号から第5号までに掲げる事項につき」（第6条第2項）

重要な事項とはいえ不告知という不作為を禁止する規定であるため、その中でも当然告げられるべき第1項の第1号から第5号を対象事項とすることとした。たとえば、18ホールのゴルフ場の会員権を販売する際に会員が1万人もいることを告げない場合や、リゾートクラブ会員権について1室当たり換算会員数が100人もいることを告げないこと等が考えられるが、その他にも同一施設の利用を著しく困難にする程度に存在しているにもかかわらず、これを告げない場合、また、床下換気扇の販売において、家の広さ等からして3台で十分であることを告げずに、10台の販売をする場合等も本項に規定する故意の事実不告知に該当するものと考えられる。

【参考7】沈黙による詐欺

○川島武宜・平井宜雄編集『新版注釈民法（3）』（有斐閣）p 472

Ⅲ 詐欺による意思表示

（1）意義及び要件

（イ）違法な欺罔行為

（a）沈黙と詐欺

不作為とくに沈黙も欺罔行為となりうる。相手方の不知を利用し、沈黙によって錯誤におとし入れるか、または、相手方が現に錯誤に陥っている場合に沈黙によってさらにその程度を深めることは、それ自体欺罔行為となりうる。もつとも、社会生活においては、他人の不知や錯誤を知りつつ、自己の利益のため、これをその者に告げないことは、個人の自由行動の範囲内のものとしてある程度許容されるべきであるから、沈黙はつねに詐欺になるとはいえない。

沈黙が詐欺とならないということの根拠の説明の仕方については学説上争いがある。第1説は、自分の知っている事実を欺罔の故意をもって告げない場合には、事実を隠匿するものとして欺罔行為となるが、法律・契約・取引の慣習あるいは信義則によって真実を告げるべき義務がない場合には、沈黙は違法性を欠くから、意思決定に対しても不当な干渉とならず、詐欺とならない。これに対し、第2説は、不作為殊に沈黙は当然には欺罔行為とならないが事実告知の義務がある場合にだけ事実の隠蔽として欺罔行為となり、詐欺となる。

この両説の差異を具体例で示すと、たとえば、ある土地を遊郭地とする認可があったので地下が暴騰するはずなのにこれを知らずにいる売主から、買主がその不知を利用して土地を廉価に買い受けた行為につき、下級審判決では詐欺にならないとしたが、第1説によると、欺罔行為はあるが違法性がないから詐欺にならぬとしたものと把握し、第2説では、そもそも欺罔行為とならぬから詐欺にもならぬとしたものと把握することになる。ただし、今日では告知義務の中に信義則上の義務を含めているから、実際問題の処理上は、いずれの説をとっても差異はないようである。

（関連判例）

○東京地判 昭和53年10月16日

（事案）

別荘地として売買された土地につき、売主である宅地建物取引業者が、自然公園法による国立公園内の特別地域および文化財保護法による名勝に指定されているため、建築について制限がある事実を買主に告げなかったのは、民法96条の詐欺に当たるとして、取消しを求めた。

（判決の内容）

被告は、本件売買契約を締結するにあたり、原告が本件各土地を購入する前示目的と本件各土地が前記の諸制限を受けている地域であることを知悉しており、右制限は、その解除が絶無ではないとしても通常人である買受希望者が買

受の意思を決定するにあたって、重大な影響を及ぼすものということができるから、このような場合、原告が右制限を知っていることが明らかでない以上、宅地建物取引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、沈黙して右事実を告知せず、原告との間で本件売買契約の締結に及び、これにより、本件各土地には右のような制限がない状態で別荘を建築することができるものとの誤信をとくこともなく、原告をして、本件各土地を買受ける旨の意思表示をさせたものであり、原告の本件買受の意思表示は、被告の詐欺によるものということができる。

2. 勧誘

(4) 重要事項 (第4条第4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 重要事項について事実と異なることを告げること。当該告げられた内容が事実であるとの誤認

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 (略)

4 第一項第一号及び第二項の「重要事項」とは、消費者契約に係る次に掲げる事項であって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をいう。

一 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質、用途その他の内容

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の対価その他の取引条件

① 現行法上、不実告知及び不利益事実の不告知による意思表示の取消しについては、「重要事項」(第4条第4項)に関するものでなければならないという限定が付されている。このため、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(同法第96条)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はならないことになる(参考1、2)。

② これに対し、消費生活相談事例においては、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係る不実告知の事例が多数見られる(ただし、後述する平成16年改正特定商取引法の対象となる事例が相当の割合を占める模様である。参考3)。

③ これに関しては、裁判例において、「消費者契約法4条1項1号にいう重要事項は、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の必要性、相当性等が含まれるものと解すべきである」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（東京地判平成17年3月10日。なお、平成16年改正特定商取引法が施行される前の事例。）があるほか、「重要事項」の概念を柔軟に解釈し適用したものも見られる（参考4）。

④ また、学説においては、消費者契約法第4条第4項各号の規定を例示と見るものなど、「重要事項」の概念を拡張的に解するものも見られる（参考5）。

⑤ ところで、特定商取引法は、平成16年の改正（同年11月1日施行）において、不実告知及び事実不告知による意思表示の取消権を規定し、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」などが対象として含まれている（同法第9条の2第1項、第6条第1項及び第2項など。ただし、不実告知と事実不告知とで取消しの対象を異に規定していることには留意すべきと考えられる。参考6）。

これにより、契約を締結する動機に係る不実告知の事例のうち、相当数は、同法による取消しの対象になり得るものと考えられる。もっとも、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などにも留意すべきと考えられる。

以上を踏まえ、

- ・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係る事項を含め「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。
- ・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捉えた場合、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。

【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（p101）

一般に、事業者の不実告知（第4条第1項第1号）、不利益事実の不告知（第4条第2項）という行為は、誤認を通じて消費者の意思表示に瑕疵をもたらすような不適切な勧誘行為であると考えられるが、民法の定める場合（同法第96条）とは別に新たに消費者に契約の申込みまたはその承諾の意思表示の取消権（取消権は形成権であり、形成権者である消費者の一度の権利行使により、直ちに完全な効果が生じる）という重大な私法上の権利を付与する以上は、これらの行為の対象となる事項をそれに相応しい適切な範囲に限定する必要があるため、「重要事項」という概念を設けることとする。

○「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」

「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」とは、契約締結の時点における社会通念に照らし、当該消費者契約を締結しようとする一般平均的な消費者が当該消費者契約を締結するか否かについて、その判断を左右すると客観的に考えられるような、当該消費者契約についての基本的事項（通常予見される契約の目的に照らし、一般平均的な消費者が当該消費者契約の締結について合理的な意思形成を行ううえで通常認識することが必要とされる重要なもの）をいう。

○当該消費者契約の目的となるものの内容（第1号）

①「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」

「当該消費者契約の目的となるもの」の例示として、

- ア 物品（一般的には、有体物たる動産をいう。例えば、自動車、電気製品、化粧品、絵画等）
- イ 権利（一定の利益を請求し、主張し、享受することができる法律上正当に認められた力をいう。例えば、スポーツ施設を利用する権利等）
- ウ 役務（他人のために行う種々の労務または便益の提供をいう。例えば、住宅建築請負、結婚情報サービス、予備校等）

の3つを掲げている。

「その他の当該消費者契約の目的となるもの」とは、これら3つの概念には必ずしも含まれない給付の対象（例えば、不動産、無体物〔電気等〕）をいう。

②「質、用途その他の内容」

「内容」の例示として、

- ア 質（品質や性質をいう。例えば物品の質として、性能・機能・効能、構造・装置、成分・原材料、品位、デザイン、重量・大きさ、耐用度、安全性、衛生性、鮮度。役務の質として、効果・効能・機能、安全性、事業者・担当者の資格、使用機器、回数・時間、時期・有効期間、場所）

イ 用途（特徴に応じた使いみちをいう。例えば物品の用途として、コンピューターがオフィス用のものか個人用のものか等。役務の用途として、予備校の講義が大学受験用のものか高校受験用のものか等）

の2つを掲げている。

「その他の内容」とは、これら2つの概念には必ずしも含まれない当該消費者契約の目的となるものの実質や属性（例えば、物品の原産地、製造方法、特許・検査の有無等）をいう。

○当該消費者契約の目的となるものの取引条件（第2号）

「対価その他の取引条件」

「取引条件」の例示として、対価（ある給付の代償として相手方から受ける金銭をいう。割賦販売価格、現金支払以外の方法による場合の価格、本体価格に付随する価格（例えば、配送費、工事費）などを含む）を掲げている。

「その他の取引条件」とは、対価以外の、取引に関して付される種々の条件（例えば、価格の支払時期、契約の目的となるものの引渡・移転・提供の時期、取引回数、配送・景品類提供の有無、契約の解除に関する事項、保障・修理・回収の条件等）をいう。

【参考2】過去の国民生活審議会報告書における「重要事項」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』（抜粋）p18

2 契約締結過程をめぐる問題を解決するための方策

（3）情報提供義務、不実告知

イ「重要事項」

「重要事項」として提供すべき事項の基準としては、当該事項が消費者の契約締結の意思決定を左右する事項であるかどうかということが考えられる。

また、「重要事項」については、トラブルが顕在化した時点で、重要であったか否かについて、事業者と消費者の間で争われるケースが非常に多くなると考えられること、提供すべき事項が客観的に明確にされていなければ、事業者は全ての事項に関する情報を提供することになり、結果として消費者に不利益となると考えられること等から、その定義等情報を提供すべき事項を客観的に明確にされるべきである。その場合には、情報提供義務違反について債務不履行や不法行為であるとされた判例でどのような事項に関する情報が求められているかということが「重要事項」の1つの指標になると思われる。また、判断にとって重要な要素というものについては、宅地建物取引業法の重要事項のように、業界毎、個々の契約類型毎にある程度の指標を作ることができると思われる。なお、当該指標を作るに当たっては、業界毎や個々の契約類型毎にその統一化、明確化、詳細化を図ることが有効であると考えられる。

○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』p32

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

（イ）消費者契約の「重要事項」について

「重要事項」とは、契約締結の時点の社会通年に照らし、当該消費者契約を締結しようとする一般平均的な消費者が当該消費者契約を締結するか否かについて、その判断を左右すると客観的に考えられるような、当該契約についての基本的事項をいう。（略）

「重要事項」の内容は、個々の消費者契約の類型ごとに、例えば、消費者契約の締結の態様、提供される商品又は役務の特性、あるいは関連法制や自主ルールの存在など、事業や取引の特徴を十分に考慮した上で、客観的に判断されることになると考えられる。

○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』p12

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。

③ 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、又は告知した事実と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

[説明]

1. 消費者契約法においては、不実告知等の対象となる「重要事項」を可能な限り明確に示し、重要事項の範囲を明らかにすることが必要である。その場合、上記のように各業種の実態を踏まえた上で、共通した事項を示すことが有益である。
2. 「消費者契約を締結する判断に影響を及ぼす重要なもの」とは、「契約締結の時点の社会通念に照らし、当該消費者契約を締結しようとする一般平均的な消費者が当該消費者契約を締結するか否かについて、その判断を左右すると客観的に考えられるような、当該契約についての基本的事項」（平成11年1月国民生活審議会消費者政策部会報告）を指す。それに当たるか否かは、その通常予見される契約の目的を考慮して判断されるものである。

【参考3】「重要事項」の意義に関連する消費生活相談事例

○訪問販売で、「床下が傷んで傾いているので地震が来たら家が倒れる」と言われ、自宅の耐震補強工事（60万円）の契約をした。本当に必要な工事であったか疑問。
(60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 p12)

○無料で耐震診断をすると作業服姿の男性が訪ねてきた。床下にしばらく潜り、出てくるとデジタルカメラの映像を見せながら「震度5の地震がきたら倒壊する。至急、耐震工事が必要」と言われて、不安に駆られ床下補強工事200万円の契約をした。新聞報道を見て自分も騙されたのではないかと不安だ。

(70代 男性)

(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)

○昨日、「水質検査に来た」と自宅に作業服姿の男性がやって来た。自宅の水道水に試薬を入れたら黄色く変色した。「この水は危ない。飲み続けると病気になる」と言われ非常に不安になってしまった。業者は持参した浄水器を取り付け、「この水ならば安全だ。有名なラーメン店やTV局でも利用している」と言って勧めたので、高額な浄水器を購入した。しかし、よく考えてみるとおかしい話なので解約したい。

(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)

○2ヶ月前、63歳の伯母が商店街で「血液検査をしませんか」と声をかけられ、指に針を刺し、血液を採ってパソコン画面で見ると血液がドロドロだった。「これは大変。動脈硬化だ。このブレスレットをはめると血液がサラサラになる。」と言いながら、腕にはめた。すると、画面の血流がサラサラになり、すっかり信じてしまった。「血液がきれいになるのならば」と考え、3本42万円で購入した。その後のテレビ報道でブレスレットにそのような効果はないことがわかったので解約したいという。

(30代 男性)

(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)

○25歳の男性の締結したかつらのクレジット契約について、売買契約の際に販売業者から「毛根の組織が死んでいるので自分の毛が生えるということは望めない」と説明され、その旨誤信した結果契約したものであり、売買契約は錯誤無効であるとする消費者の主張を認め、クレジット会社に対する抗弁の対抗を認めて支払請求を棄却した。

(福岡地判平成13年10月18日、兵庫県弁護士会ホームページ)

(参考) 独立行政法人国民生活センター編「消費生活年報2006」(42頁)
2005年度の上位販売方法・手口別にみた相談の特徴

順位	販売方法・手口	件数	男女別の傾向			契約当事者の特徴	平均契約金額(円) 平均既支払金額(円)
			性別	件数	平均年齢		
1	家庭訪販	80,898	男性	25,757	58.9	20歳以上の各年代、女性中心 無職、家事従事者、給与生活者	1,178,650
			女性	53,109	59.3		1,045,397
2	電話勧誘販売	69,201	男性	31,574	46.3	20歳以上の各年代 給与生活者、家事従事者、無職	813,052
			女性	34,311	47.5		1,191,161
3	無料商法	36,623	男性	20,924	35.5	20～40歳代 給与生活者	253,967
			女性	14,826	40.5		239,694
4	被害にあった人を勧誘 (二次被害)	27,624	男性	15,399	37.7	20～40歳代 給与生活者	736,295
			女性	11,749	41.2		712,180
5	電子商取引	25,261	男性	18,535	33.4	10～40歳代、男性中心 給与生活者	123,101
			女性	6,417	30.2		181,786
6	販売目的隠匿	23,980	男性	7,683	43.6	20～30歳代及び60～70歳代、女性中心 給与生活者、家事従事者、無職	656,998
			女性	15,551	48.7		336,663
7	マルチ・マルチまがい取引	21,170	男性	7,817	34.2	20歳代 給与生活者	652,812
			女性	12,680	41.7		639,103
8	サイドビジネス商法	20,635	男性	7,071	34.5	20～30歳代、女性中心 給与生活者、家事従事者	744,619
			女性	13,051	37.9		570,053
9	次々販売	18,151	男性	5,867	53.0	20歳及び60歳以上、女性中心 無職、給与生活者、家事従事者	2,086,238
			女性	11,889	59.0		1,587,684
10	かたり商法(身分詐称)	16,347	男性	4,607	51.9	20歳以上の各年代、女性中心 給与生活者、家事従事者、無職	595,094
			女性	11,082	50.9		415,808

(注) データは2006年5月末日までの登録分。なお、1件の相談に複数の販売方法・手口が含まれる場合は、各々に対し1件ずつカウントしている。

【参考4】「重要事項」の意義に関連する裁判例

○東京高判平成16年2月26日（兵庫県弁護士会ホームページ）

（事案）

貸金業者の保証人に対する保証債務履行請求について、実質的借主が誰であるか、主債務者の支払能力、融資金の使用目的及び弁済金の支払い方法について、虚偽の事実を主債務者から告げられ、保証人が誤信している状態にあることを知りながら、あえてこれを告げずに保証契約を締結させた貸金業者の行為が不実告知にあたるとして、保証契約について消費者契約法4条1項1号による取消しを主張した。

（判決の内容）

本件連帯保証契約における主債務者及びその支払能力、融資金の使用目的及び弁済金の支払方法は4条1項1号に定める重要な事項に当たるといふべきである。

控訴人（貸金業者）の社員であるFは、主債務者Aが、被控訴人に対し、本件貸付における実質的借主がAではなく、株式会社D又はDの代表取締役であるCであること、本件貸付金がDの事業資金に充てられること及びAがいわゆる信用情報のブラックリストに載っていて支払能力が全くないことを秘し、Dの事業に投資するために借入を行う旨の虚偽の説明をしているのを知りながら、本件連帯保証契約締結の際、これらの事実をあえて被控訴人に告げなかったこと、そのため、被控訴人は、主債務者が形式的にも実質的にもAであり、その支払能力には問題がなく、また、融資金がAの投資資金に充てられると誤信し、本件連帯保証契約を締結したことが認められる。

そうすると、Fは、本件連帯保証契約締結の際、主債務者及びその支払能力等の消費者契約法4条1項1号に定める重要事項について、被控訴人が誤信していることを知りながらあえて沈黙することにより、事実と異なることを告げたといふべきである。（結果として、不作為による不実告知を認めて消費者契約法第4条第1項第1号による取消しを認め、貸金業者の請求を棄却した。）

○大阪高判平成16年4月22日（兵庫県弁護士会ホームページ）

（事案）

一般市場価格として41万4000円と表示された値札を付けて陳列されていたファッションリングを29万円で購入した購入者に対し、信販会社が立替金の支払いを求めた。

（判決の内容）

商品をいかなる価格で販売するかは基本的に売主の自由であり、売主の主観的評価に基づく値付けをすること自体は何ら妨げられない。

しかし、事業者が、他の事業者が同種商品をいかなる価格で販売しているかについて、消費者にことさら誤認させるような行為をすることは、消費者の合理的な意思形成を妨げるものであって相当でない。ことに、本件リングのよう

な宝飾品については、一般に使用価値に基づく客観的な価格設定は想定しがたく、主観的かつ相対的な価値判断によって価格設定がされるものと解されるから、買主にとっての価値も、それが一般にどのような価格で販売されているかという事実に依拠し、その購買意思の形成は、これと密接に関連するものと解される。したがって、本件リングについては、その一般的な小売価格は、消費者契約法4条4項1号に掲げる事項(物品の質ないしその他の内容)に当たり、かつ、消費者が当該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であるから、同法同条1項1号の重要事項というべきである。

本件では、販売会社において、控訴人に対し、重要事項である本件リングの一般的な小売価格(一般市場価格)について、41万4000円程度である旨事実と異なることを告げ、控訴人がそれが事実であると誤認し、それによって上記契約の申込みをしたと認められるから、控訴人は、消費者契約法4条1項に基づき、販売会社に対し、上記売買契約を取り消すことができる。

○神戸簡判平成16年6月25日(兵庫県弁護士会ホームページ)

(事案)

通信機器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、当該リース契約の締結に際し、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)

取扱店の従業員は、本件リース物件を被告に勧めるに当たって、被告に対し、「NTTの回線がアナログからデジタルに変わります。今までの電話が使えなくなります。この機械を取り付けるとこれまでの電話を使うことができ、しかも電話が安くなります。」と告げて、本件リース物件を勧めた。しかし、この告知の内容は虚偽である。そして被告は、従業員の告げるところを真実であると誤信して、原告に対し、本件リース契約の申込みをしたものである。(略)

取扱店は、リース契約の締結に至る手続の重要な部分を、前もって原告から任されているものであって、割賦購入あっせんの場合の、販売業者と割賦購入あっせん業者との関係よりもさらに密接な関係にあるといえることができる。このような原告と取扱店との関係に基づけば、取扱店の消費者に対する不実告知は、これによる原告の責任を解除するのが相当であるような特段の事情のない限り、事業者である原告による不実告知と評価すべきであるところ、本件については、右のような特段の事情を認めうる証拠はないから、被告に対する不実告知の事実をもって、被告は、消費者契約法4条1項により本件リース契約の申込みの意思表示を取り消すことができる。

○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。