

国民生活審議会第5回消費者契約法評価検討委員会議事要旨

1. 日 時 平成19年4月24日（火） 10:01～12:04

2. 場 所 中央合同庁舎第4号館11F 共用第1特別会議室

3. 出席者

（委員会）

山本委員長、阿部委員、夷石委員、上田委員、笠井委員、鹿野委員、菊地委員、藏本委員、下谷内委員、角田委員、田口委員、寺田委員、中田委員、野坂委員、町村委員、宮川委員、村委員、柳川委員、山本敬三委員

（事務局）

西国民生活局長、堀田審議官、川口総務課長、井内消費者企画課長、藤崎国際室長、加納課長補佐ほか

4. 概要

（1）消費者契約法評価検討委員会の今後の予定について

資料1に基づき、事務局から説明の後、特段の質問・意見はなかった。

（2）消費者契約法上の各論点についての検討（1）について

資料2に基づき、論点のうち、「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、事務局から説明の後、以下の議論があった。

○「消費者契約の意義」について、マルチ商法や内職商法では、素人がセールスマンのように活動して被害が発生しているが、その人たちについては現実を踏まえ、「消費者」ととらえるべきであり、個人事業者やかつて事業者だった人がする営業に直接関係のないサービスの契約についても、「消費者」としてとらえるべきではないか。「消費者」の定義については解釈に委ね、現行法の規定のままでよいと考える。相談現場では、内閣府の逐条解説に委ねることが多いので、逐条解説にて解釈を明確化してほしい。

「勧誘をするに際し」について、現状だと取消対象の範囲が狭いので、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も取消対象となる旨明文化して改正すべきである。また、「将来における変動が不確実な事項」について、消費者側の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について言及されているが、財産上の利得に限られている現行法の場合でも同じような事情はあるので、あえて除外する必要はない。また、条例の中には被害実態を踏まえ、財産上の利益と限定せず規定しているものもあるので、消費者契約法においても概念を拡大すべきではないか。

○「消費者契約の意義」については、消費者契約法を民法とどのように関連させるかの議論と関係する。消費者保護規定を回避するために相手方が脱法行為をするケースについては、消費者契約法を類推適用する考え方もあるのではないかと。また、不実告知の類型をどう位置づけるべきかについて、消費者契約法の土台の中で議論すると不実告知も断定的判断も範囲が狭くなるので民法

の解釈との連続性を意識して広く考えるべきである。

○「消費者契約の意義」について、新しい悪徳商法や消費者を装った手法も出てくる可能性があるため、解釈に委ねることが望ましい。「勧誘をするに際し」については、広告の一部にトラブルがあったり多くなったりしている最近の流れを考慮すると、取消しの対象として捉えるべき必要性はあり、明文化した方がわかりやすい。一方で、明文で規定する場合の問題点については今後の議論で発言したい。

○「消費者契約の意義」については、現行の条文のまま解釈に委ねるのが望ましい。また、11頁に紹介されている特定商取引法の「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」のようなガイドラインを消費者契約法で設けることについて考えられたことはあるか伺いたい。「勧誘をするに際し」について、不特定多数に対する広告の問題は、景表法による取り締まりの方が実効性を確保できるのではないかと考える。

←消費者契約法は民事ルールであるため、行政手続法に基づくガイドラインのようなものがあるわけではなく、逐条解説で解釈論について説明している。

○「消費者契約の意義」については、解釈論で対応できると考えており、内閣府の逐条解説で解釈を明確化すべきである。「勧誘をするに際し」について、消費者が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はあるので、その旨条文で明記してほしい。また、現行法では、「将来における変動が不確実な事項」についての差止請求は難しいと考えるので、実効性を確保するために財産上の利得に限定されない旨、条文に明記するか、逐条解説で示してほしい。

○「消費者契約の意義」について、今後は消費者と事業者の境界がなくなる傾向にあると思うので、いずれ検討することが必要であると感じる。「勧誘をするに際し」について、インターネット取引では、広告と勧誘の区別ができず、不特定多数者へのHP上の表示に飛びついて直ちに契約をしてしまうことも多く、何らかの手当が必要である。また、差止請求権については、個々の消費者被害の救済には結びつきにくいと考えているのであまり過大にとらえるのはどうか。

○インターネット取引等における広告についても、現実の契約の場面については、現行法の「勧誘をするに際し」のところで含まれると考えてもよいのではないかと考える。ただし、一般的な広告については、相談現場でも事業者と消費者で争いの余地が生じるので、広告が「勧誘をするに際し」に含まれることを確認的に法律上明確にすることが有効であり、現実の場面でも妥当ではないかと考える。また、差止請求権との関係について、契約に即つながらるような形での広告が、団体訴権の対象になるか否かについては法律上明確にする際に併せて立法的に解決することも十分対応可能ではないかと考える。

○「消費者契約の意義」については、今後も柔軟な解釈によって対応すべきである。「将来における変動が不確実な事項」について、易学事件の控訴審判決には批判的見解を有している。現行法では、

「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」と利益直結型を念頭に置いているかのような解釈に導かれる規定となっているが、断定的判断とは、不確実な事項について確実なことと言ったことが問題であるので、「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」までを削除してはどうか。「勧誘をするに際し」について、広告も含められるよう文言を改めるべきではないか。また、景表法による対応も考えられるが、消費者契約法で個人としての取消権を認めることについては問題ないのではないか。

○「勧誘をするに際し」という限定が入った理由として、行為規制を行ってきたことを引きずったのではないかと考える。民事の実体規制としては、事業者の一定の行為により消費者が誤認し意思表示をしたことが重要であり、勧誘をしたこと自体は重要ではない。「勧誘をするに際し」と限定をしたことが民事実体法として適当であったのか否かは意識すべきである。したがって、拡張解釈で対応するよりは、別の文言（たとえば、「消費者契約を締結するに際し」など）に書き換えて改正するのが望ましい。

また、「将来における変動が不確実な事項」について、不実告知と断定的判断の提供の類型を各々設けたことには理由があり、不実告知の概念の範囲を広げると両者の関係の仕分けが難しくなるので、不実告知で解するのは適当ではない。断定的判断とは、本来事実でないことを確実に事実であることかのように誤認させることが問題なのであり、経済的利益か否か、将来の変動が不確実な事項か否かが重要ではない。したがって、現在の断定的判断の条文では、例示部分はなく、「不確実な事項について確実であると誤認させるおそれのあることを告げる」と規定した金融商品販売法と同じような表現にするのが制度の趣旨からして適当ではないか。

○「勧誘をするに際し」について、消費者が契約を締結するか否かの因果関係を整理すれば足りるのであり、働きかけの態様は問うべきではない。また、景表法で団体訴権が導入されたとしても、個人レベルと消費者全体のレベルの不利益が生じている場合について、景表法との関係を抑制的に考える必要はなく、両法が競合しても構わないのではないか。

○「勧誘をするに際し」について、現行法の要件は明確性を欠くもので適当でない。要件事実の明確性が必要である。また、不当表示を規制する景表法と消費者契約法とは重なる部分は少ないのではないか。

○「勧誘をするに際し」について、立法趣旨を踏まえ、勧誘は事業者から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とすると不特定多数に対する広告・チラシも含まれると広く考えてもよいのではないか。また、「将来における変動が不確実な事項」について、「その他将来における変動が不確実な事項」の解釈を一義的に判断できるよう法改正すべきである。また、不確実な事項を確実だとして勧誘すること自体が契約締結の意思形成を不当に害することと考えるので、消費者側の事情は考慮する必要はないと考える。また、不実告知がなされた事実について、不実であることの立証に比べて、断定的判断か否かの立証の方が容易であるので、別々に規定することには意味がある。

○「勧誘をするに際し」について、民法の他に消費者契約法の制定が必要となった理由が消費者と事業者間の情報、知識の格差であることを踏まえると、情報の提供方法が face to face である必要はなく、広告をもとに申込みを受け付けることを想定している場合には、選択を誤らせたことが客観的に明白であるから取消しできるという救済の論理を織り込むべきである。

広告を条文上いれるのではなく、情報の提供方法に問題があって選択を誤らせた場合をどう規定するかを考えるべきではないか。また、不当表示等をなくして公正な広告表示を促すことを目的とする景表法と消費者契約法では目的・制度設計も異なるので、両法に差止請求権が認められても問題ないのではないか。

また、消費者が選択をする際、重要な判断要素になるものについて情報が間違っていたり、欠けている場合にも取消しに結びつけるべきであり、現行法の「重要事項」の概念は極めて狭い。また、不利益事実の不告知についても先行行為が必要とされていることは検討し直す必要がある。

○全ての論点について、現行の法律の解釈の中で対応可能であり、法律改正まで必要ない。「勧誘をするに際し」について、インターネット取引に伴う特別な問題が生じているならば、それらに着目した特別なアプローチで対処すべきものではないか。「将来における変動が不確実な事項」についても、条文上は財産的事項に限定されていないので、解釈で対応可能ではないか。

○団体訴権に関して、確かに景表法と消費者契約法では目的が異なるが、原告適格について違った角度から整理される中で、両法で原告適格を有する団体は出てくると思うので両法は分けて考えるべきである。

資料 2 に基づき、論点のうち、「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」について、事務局から説明の後、以下の議論があった。

○「重要事項」について、消費者契約法制定後 5 年間で悪質事業者の巧妙な手口が見られるのは契約を締結する動機に係る部分であり、現行法では解決できない事例も多数ある。また、条例の中には、被害実態を踏まえ、動機の錯誤を含めたものもある（大阪府消費者保護条例 16 条など）ので、消費者契約法においても概念を拡充されるようお願いしたい。「取消権の行使期間及び法定追認」について、高齢者に対する次々販売やリフォーム詐欺では断りきれなかったため、6 カ月は過ぎてしまい取消しできない事例もあるため、相談員の中には、6 カ月では短いので、2 年くらいに延ばしてほしいという意見もある。

○38 頁に「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」とあるが、故意要件はどれくらい大きな障害となると考えているのか。

←故意の立証の問題についてはよく指摘される。43 頁の神戸簡裁の裁判例では、故意の要件につき、「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」と認定している。この認定について、どの程度汎用性があるかについては、別途評価すべきであるが、このように故意を推認したと考えられる事案もある。

○神戸簡裁の裁判例をどのように評価すべきかはいろいろ考えられるが、故意については、直接認定するのみならず、間接事実等から知っていただろうと推認できるようなことがわかれば認定することもある。

○4条3項の困惑類型について、消費者の困惑を引き起こすような行為、たと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などのいわゆる私生活や業務の平穩を害するような言動や消費者が断れないような状況で契約を迫るような状況の濫用の類型を消費者契約法上どのように考えるのかは大変重要な論点であると考え、これらの問題についていずれ取り上げて頂けるのか。

資料37頁では、先行行為の必要性の問題に関連して、「市の施設が建つらしい」としか言わなかったことについて、「当該消費者の利益となる旨」と告げたものとは言いえない事例と整理されているが、ごみ施設であるにもかかわらず一般的に「市の施設が建つらしい」と言うことは、い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評価してもよいように見受けられるがどのような考え方をされているのか。

←1点目について、困惑類型については、第8回委員会の不招請勧誘又は第7回委員会の適合性原則の項目で触れる予定である。

2点目について、不実告知として評価することも可能かもしれないが、不実告知の場合には、「市の施設が建つ」ということを事実として言っていることが典型的には該当すると考えられること、「市の施設が建つ」ことが重要事項と言えるか否かの問題点もある。このケースは不実告知でも不利益事実の不告知でも解釈できる可能性はあると思うが、限界事例の1つとしてはあげられるのではないか。

→「市の施設が建つらしい」ことを先行行為に該当するか否かに無理に当てはめなくてもいいのではないか。マンションを得るためには日当たりが良いなど色々と言っていると思うので、それらが先行行為に当たり、かつ、家の隣にごみ焼却施設が建つとあえて言わずに「市の施設が建つらしい」という言い方に留めたこと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。

○傾向として、消費者契約法は民事ルールとして民法と同じような解釈の柔軟性があるべきであるにもかかわらず、行為規制・業法規制の影響が消費者契約法に残っているために、解釈の現場では厳格にされすぎている。対等な当事者間でルールとして妥当するものが、対等でない消費者、事業者間でも妥当することを消費者契約法は保障すべきであり、民法に準じるような解釈の柔軟性を持つような規定にすべきである。動機の部分も文章の中に文言として入れて特商法のような形にすることも大切だが、前提として、消費者契約法において、一般条項を拡張するなど柔軟性を持つような規定ぶりにはどうか。

○「不利益事実の不告知」について、先行行為の必要性はない。48頁にあるように、民法では、欺罔する人が積極的に欺罔行為を行うのみならず、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場合についても96条で取消しが認められるという解釈が一般的にとられてきたように思う。事業者と消費者間の格差があるために民法の要件を緩和して取消権が認められた消費者契約法において、先行行為と故意の要件が課されている点については疑問を有するので、先行行為の要件は不要である。現在の条文では、「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」とされているので、ある重要事項について一方で利益を告げ、他方で不利益事実を告げないという縛りが文言上はされており厳格な要件が定められている。

「重要事項」について、条文上、1号または2号に該当し、かつ「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」とされ、民事ルールでありながら、厳格な規定ぶりがなされているため、適用されず救済されない事例もある。1号、2号を掲げるのは構わないが、それらは例示である旨の文言にかえるべきである。

○「不利益事実の不告知」について、故意の要件は削除すべきである。本項で故意が課されているために、民法でカバーする範囲の方が広いのではないか。民法の詐欺に関して、沈黙による詐欺を認められており、不利益事実が告知されず誤認した場合、民法の観点からも、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考えられる。本法で考えられる「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」というのは民法の詐欺の「故意」とほぼ重なるので、本項が使われていないのも理解でき、故意要件を外さないと本項は機能しないのではないか。

「重要事項」について、締結するか否かについて通常影響を及ぼすべきものを統一要件にして、4項1号、2号は削除するか例示的要件である旨明記してはどうか。1号、2号は契約の内容に関わる事柄が主なもので、民法の要素の錯誤と同じ状況であると考えられる。民法では、相手方からの働きかけにより動機の錯誤におちいった場合には錯誤無効を認めるべきというのが通説・有力説であるので、不利益事実の不告知の場合でも錯誤無効が認められる可能性はある。4項1号、2号の縛りがあるために、民法より拾える部分が狭くなっている。

○「取消権の行使期間及び法定追認」について、特に、消費生活相談の現場では、困惑類型の場合の「追認することができる時」がいつなのかが非常に問題となっている。不退去の場合であれば「追認することができる時」とは、事業者の行った「退去しない行為」、「退去させない」行為による困惑を脱した時であると説明されることが多いが、契約を結んだ消費者も一般的には、消費者契約法を知っていることも少なく、納得できないものの払わざるをえないなどの状況になっていることも多い。法律自体を改正する必要があるとまでは思わないが、事業者の支配力が強く困惑状態が続いている状態が多いことを理解して頂くよう概説書等で明確化すべき。

○42頁の「消費者契約法に関連する消費生活相談件数」の表では、不利益事実の不告知を理由とする相談の数が少ないが、これは、消費者側で、故意及び先行行為の要件が理由となって該当し

ないと判断されているのか、若しくは、消費者から相談があった際にセンターで要件に該当しないから分類できないと集計しているのか。

←相談の中では、ある事案についてはこの論点が主張されうるということでデータがとられているので過ぎないので、詳細に分析されているわけではない。

○「不利益事実の不告知」について、故意の要件が厳格であるがゆえに、現場ではあまり活用されていない。民法の詐欺と変わらない程度の非常に高いハードルが課されているのが実感である。先行行為の必要性の検討も含め、要件を緩和すべきではないか。

「取消権の行使期間及び法定追認」について、易学事件において当該消費者が困惑状態から脱しきれていたかは甚だ疑問である。消費者の意思に反する可能性がある法定追認がなされたり、追認を認めるかのような書面を業者に提出させられるなど、消費者が理路整然と法定追認の意思表示をすることは現実的には多くないので、民法上との整合性を考慮しつつ、法定追認について消費者契約法に限り排除することも1つの方向性ではないか。また、取消権の行使期間を6カ月としていることは短いと考えている。相談員に対するアンケートをすること等も検討していただきたい。

○重要事項の概念を拡張することについては、判例法理及び特商法の規定に鑑み、反対しないが、取消権の行使期間を6カ月より延長することには反対する。

○消費者契約法12条1項、2項において、差止請求権の対象となる不当勧誘行為は4条1項～3項と規定されているが、4条4項も差止めの対象としてかかってくるのか。「重要事項」の概念の拡張については、判例法理からも相談事例からも必要性があり、解釈としても積み重ねられることを踏まえ、特商法と同じように概念を拡張したものを例示として追加すべきであると考え。←4条4項は定義規定であるため、4条1項～3項に関連し、差止めの対象として含まれることになる。

○「不利益事実の不告知」について、先行行為及び故意の要件は外すよう検討願いたい。「重要事項」の概念については、動機に係る事項を含めるよう拡張すべき。「取消権の行使期間」について、高齢者や若者への次々販売では最初の契約した事案について6カ月では過ぎてしまっていることも多いので、期間について検討願いたい。

—以 上—