

【第2回消費者契約法の運用状況に関する検討会（平成26年4月8日）資料】

消費者契約法に関する裁判例の検討①——契約取消権

報告：宮下 修一（静岡大学）

1. 消費者契約法4条の契約取消権の概要

「誤認」類型

→詐欺（or 錯誤）でカバーしきれない類型への対応

- ①重要事項についての不実告知（1項1号）
- ②断定的判断の提供（1項2号）
- ③重要事項（+関連事項）についての不利益事実の故意による不告知（2項）

「(威迫・) 困惑」類型

→強迫でカバーしきれない類型への対応

- ④事業者の不退去（3項1号）
- ⑤事業者による消費者への退去妨害（3項2号）

2. 契約取消権（4条）をめぐる裁判例

（1）不実告知（1項1号）

〈要件〉

- ①消費者契約
- ②事業者による勧誘
- ③契約の「重要事項」
- ④事実と異なることの告知（不実告知）
- ⑤④による消費者の誤認（不実告知－誤認の因果関係）
- ⑥⑤による消費者の申込みまたは承諾の意思表示（誤認－意思表示の因果関係）
- ⑦取消しの意思表示

『逐条解説 消費者契約法』（以下、『逐条解説』）の立場

- ・②「勧誘」～不特定多数向けは含まない
- ・③「重要事項」の範囲を限定～「契約の目的となるもの」の解釈を制限
[例]「いま使っている黒電話は使えなくなる」
- ・④「事実」～主観的な評価で客観的な事実から真正の有無を判断できない内容は除外
[例]「新鮮」、「安い」、「居住環境に優れた立地」、「当社のマンションは安心」

〈学説〉

- ・②・③・④をいずれも広く捉える傾向

〈特に③について〉

[1] 例示列举説 (池本誠司・法学セミナー549号20頁、山本敬三・金融法務事情1596号12頁
〔同・後掲参考文献291頁も参照〕、千葉恵美子・金融法務事情1644号37頁な
ど)

→4条4条1項1号・2号を例示列举と捉える

[2] 重要事項拡張説 (道垣内弘人・ジュリスト1200号20頁、加藤雅信・後掲参考文献136～1
38頁など)

※「黒電話」の事例の説明 (道垣内)

→「この新しい電話機は、電話が使えなくなるという性『質』を有し、電話の使用継続を可能とするという『用途』のものである」

〈裁判例〉

★③「重要事項」の範囲を拡張した肯定例

考慮要素

- A. 契約の前提となる事情
- B. 契約の目的となるものの付随的な契約条件
- C. 商品・権利・役務を提供するための手段

[例] ダイヤモンドのファッションリングの購入：クレジット（立替払）契約（大阪高判
平成16年4月22日消費者法ニュース60巻156頁／『消費者法判例百選』〔別冊ジュリストNo.200〕
33事件〔角田真理子執筆〕

＝「一般的な小売価格（一般市場価格）」が重要事項 **→A**

∵宝飾品～主観的かつ相対的な価値判断によって価格設定

→買主にとっての価値は一般的な販売価格という事実可依拠しており、これ
と購買意思の形成は密接に関連

[例] 学習教材の販売：クレジット（立替払）契約（東京高判平成18年1月31日消費者法ニ
ュース68巻301頁（要旨のみ掲載〔コピーサービスで全文入手可能〕）

＝「①現在使用中の他社教材の内容（改訂の有無）＋②教育役務の有無＋③他社と
の契約を中途解約して資金調達する可能性」が重要事項 **→A・B・C**

※販売会社代表者は、他社が中途解約をほぼ受けないことを認識しながら、担当者か
ら顧客に対して他社との契約が中途解約可能であると説明させたのに、実際には解
約できず

[例] デート商法：スーツ・コートの購入／ただし、商品を受領せず（大津地長浜支判平成 21 年 10 月 2 日消費者法ニュース 82 号 206 頁）

→購入の都度クレジット契約締結

→その後、販売店従業員が、これらのクレジット契約を解約するためと称して、別の信販会社と新たに架空のクレジット契約を締結

＝「新しいクレジット契約の締結により、別のクレジット契約を解約する可能性」が重要事項 →A・C

◆③「重要事項」の範囲を限定した否定例

A. 消費者の判断に「通常影響を及ぼすもの」（4 条 4 項）とされなかった場合

[例] 中古車のインターネット・オークションで、車の底面に傷があるのにそれを告げなかった場合（東京地判平成 19 年 8 月 27 日 LLI 判例検索 06233603）

・車体の底面に特に修理の必要性の認められない損傷があることは、消費者の判断に通常影響を及ぼすものとまではいえない

※ただし、瑕疵担保責任に基づく損害賠償（予備的請求）は一部認容

B. 消費者が別の要素を重視して契約を締結したとされた場合

[例] 分譲マンションの日照・眺望のよさ（大阪地判平成 18 年 10 月 27 日不動産仲介契約 212 [一部のみ掲載]）《故意による不利益事実の不告知（4 条 2 項）でも同じ判断》

・バルコニーに目隠し設置～もともと日照・眺望が格別良好な物件ではない

・顧客のアンケートへの回答状況、チラシ記載価格から 1,000 万円減額で購入、駅から徒歩 2 分の利便性の高さ

→価格・生活・交通の利便性と同程度またはそれ以上に日照・眺望を重視していたとは認められない

C. 「取引条件」の範囲を限定する場合

[例] 呉服の立替払契約（空販売）（福岡地判平成 20 年 9 月 19 日国民生活センター発表情報平成 21 年 10 月 21 日付 [概要のみ掲載]）

・販売店の従業員による「絶対に迷惑をかけない」という発言

→「その他の取引条件」（4 条 4 項 2 号）＝契約の目的物の対価以外の取引に関して付される価格の支払時期などの条件を指す

→上記発言内容は含まれない

★④「不実告知」の範囲を拡張した肯定例

考慮要素

A. 不利益事実の不告知

[例] 消費者金融が、主債務者が保証人に対して虚偽の借入目的を説明していることを知りながら、それを告げなかった場合(東京簡判平成16年11月29日 D1-Law.com28100407)

B. “消極的な”不実告知：明確な不実告知はないが、あたかも真実と思わせる表示

[例] 陳列していたダイヤモンドのファッションリングの値札に、一般市場価格という趣旨で、実際の価格の3倍以上に及ぶ価格を表示(前掲大阪高判平成16年4月22日)

C. 説明の前提となる事実を誤解した事業者側による説明

[例] 融資を前提としてそれがうまく行かなかった場合の解除条項(ローン条項)がついている土地売買契約と建物建築請負契約において、仲介会社の従業員が、実際には前者の分の融資がうまく行かなかった場合にのみ手付金が戻ってくるという契約なのに、後者の分の融資がうまく行かなかった場合にも手付金が戻ってくると誤解して説明した場合(東京地判平成17年8月25日 LLI判例検索 06033023)

D. 客観的なデータに基づく根拠の欠如

[例]「点検商法」による床下換気扇・防湿剤等の購入：クレジット(立替払)契約/ただし、1回払い(東京地判平成17年3月10日 LLI判例検索 06030993 [消費者法ニュース 72号 29頁]にも要旨のみ掲載)

〈重要事項と不実告知の関係〉

- ①商品自体の品質・性能・対価等→誤認なし(∵パンフレットによる商品説明)
- ②建物への商品設置の必要性・相当性等→誤認あり
 - ・顧客からの質問に対して、市となんらかの提携関係があるかのような説明
「市ではやらないから、業者の方でやる」
→市となんらかの関係があるという信頼感
 - ・「床下がかなり湿っている。このままでは家が危ない」という担当者発言(経験と感覚に基づく説明)
→科学的測定をせず、床下の状況を客観的に確認する手がかりなし
→商品の必要性について客観的資料・データ示さず
 - ・一級建築士意見書→商品の必要性・相当性について疑問
 - ※換気扇=設置位置が不適切で本来の機能を発揮せず
 - ※耐震補強材=設置箇所・数量から耐震補強として不十分
 - ※防湿剤=設置範囲等に照らし過剰
 - ・消費者センターへの商品販売会社に関する100件を超える苦情や相談

[例] 測量契約＋土地売却を目的とした広告掲載契約（名古屋地判平成 21 年 12 月 22 日消費者法ニュース 83 号 233 頁）

・「土地の売却可能性」が重要事項

＝勧誘の際の「土地の近くまで道路ができています。あなたの土地にも影響が出ます」という言動＋山林の売れ行きに関する質問に「ぼちぼちです」と回答

→売却可能性はあるが、市街化調整区域＋景観計画区域で、砂防法の適用があり、国定公園内で給排水設備もないことから、市場流通性はなく、売却は困難

◆④「不実告知」の否定例

A. 説明に主観的要素を含む場合

[例] 海側の眺望をセールスポイントであったにもかかわらず、購入した部屋の前に電柱と送電線があったマンションの売買契約において、部屋が異なっても眺望が同一であるか否かは主観的な評価を含むものであって不実告知の前提となる「事実」にあたらないとした事例（福岡高判平成 18 年 2 月 2 日判タ 1224 号 255 頁）

※もともと、眺望に関する説明義務違反に基づく解除・損害賠償責任を肯定

B. 告知した事実の存在またはその可能性

[例] 未公開株商法において上場可能性がまったくなかったとはいえないとして不実告知を否定した事例（名古屋地判平成 19 年 12 月 26 日取引被害判例セレクト 31 巻 399 頁）

※断定的判断の提供と不法行為責任（過失相殺 5 割）は肯定

→選択的併合により認容額の多い不当利得返還請求を認容

C. 消費者によるリスクの認識

[例] 商品先物取引において書面による説明、取引経験、顧客の年齢・職業等を考慮して不実告知を否定した事例（東京高判平成 20 年 7 月 16 日先物取引裁判例集 53 巻 135 頁）

●書面だけで顧客が本当にリスクを認識しているといえるか？

※不法行為責任（過失相殺 8 割）は肯定

D. 告知の証拠の不存在

[例] 商品先物取引において顧客が主張する従業員の発言があったとはいえないとして不実告知を否定した事例（東京地判平成 20 年 2 月 29 日 Westlaw2008WLJPCA02298007）

・「追証は使わないように頑張ってくださいよ。心配は要りませんよ。」「一応、追証ということがありうるから説明しましたが、損はありませんよ。」（顧客主張）

→勧誘した従業員の担当期間中は追証不発生＋大きな損害を与えず（契約 2 日後に追証が発生したとの顧客主張を否定）

→不実告知：「否定的に解さざるを得ない」

◆⑤「誤認」の否定例

[例] 包茎手術・亀頭コラーゲン注入術（東京地判平成 21 年 6 月 19 日判時 2058 号 69 頁・消費者法ニュース 83 号 220 頁）

- ・[1] 包茎手術の必要性～医学的に包茎手術の必要がないことを知っており、外見上・美容上の観点から手術

→そもそも誤信なし

- ・[2] 亀頭コラーゲン注入術の必要性+効果がない or 低いこと

→効果がない or 低いと直ちに断じることはいできない

→ [2] を前提とした主張は採用不可

※ただし、不利益事実の不告知（4 条 2 項）は肯定

(2) 断定的判断の提供（1 項 2 号）

〈要件〉

- ①消費者契約
- ②事業者による勧誘
- ③契約の目的となるものに関し、変動が不確実な事項
- ④断定的判断の提供
- ⑤④による消費者の誤認（断定的判断の提供－誤認の因果関係）
- ⑥⑤による消費者の申込みまたは承諾の意思表示（誤認－意思表示の因果関係）
- ⑦取消しの意思表示

『逐条解説』の立場

- ・③「変動が不確実な事項」～使用条件等、一定の条件のもとで客観的に見通せる情報は含まない＝収益・利益にかかわる事項のみ
- ・④「断定的判断の提供」～事業者の非断定的な予想・個人的予想は除外
[例]「今後も元本割れしない“だろう”」

〈学説〉

- ・③・④をいずれも広く捉える傾向

〈③について〉

[1] 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、1 項 2 号の対象とすべき（潮見佳男・後掲参考文献 38～39 頁）

[2] 「変動が不確実な事項」は財産上の利得に限られない（日本弁護士連合会編・後掲参考文献 71～73 頁）

[3]「将来における変動が不確実な事項」に限らず、断定的判断の提供が誤認を惹起すれば、1項2号の対象とすべき（山本敬三・金融法務事情 1596号 12頁（同・後掲参考文献 292頁も参照））

- ∴（i）積極的な行為で誤認させる以上取り消されてもやむを得ないという4条の趣旨
- （ii）将来における変動が不確実な事項は本来信じてはいけないものであるが、それでも取消しを認めるのなら、その他の事項についてはなおさら取消しを認めるべき（勿論解釈）

〈④について〉

- ・個々の言明をバラバラに評価するのではなく、当該状況において、消費者がいかなる理解をするのが通常だと考えられるのがポイントであって、形式的に割り切るべきではない（道垣内弘人）

〈裁判例〉

★③「将来における変動が不確実な事項」の範囲を拡張した裁判例

A. 市場における相場の変動（商品の価格）

[例] 灯油の商品先物取引（名古屋地判平成 17 年 1 月 26 日先物取引裁判例集 39 卷 374 頁）

B. 会社等の経営状況

[例] 未公開株商法における株式会社の上場可能性（前掲名古屋地判平成 19 年 12 月 26 日）

C. パチンコの出玉

[例] パチンコ攻略情報の販売（東京地判平成 17 年 11 月 8 日判時 1941 号 98 頁）

- このほか、主債務者の財務状況（右京簡判平成 21 年 1 月 13 日消費者法ニュース 84 号 23 頁）、運勢・将来の生活状態（神戸地尼崎支判平成 15 年 10 月 24 日兵庫県弁護士会ホームページ〔消費者法ニュース 60 号 58 頁・214 頁に要旨のみ掲載〕）について断定的判断の提供が認められた裁判例があるが、いずれも控訴審で否定

◆③「将来における変動が不確実な事項」の範囲を限定した裁判例

[例] 易学受講契約＋付随契約（改名・ペンネーム作成、印鑑購入）において、運勢や将来の生活状態が不確実な事項にあたらなるとされた事例（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）

※4条1項2号違反は、付随契約のみ判断

→不確実事項＝財産上の利得に影響するもの

→漠然とした運勢、運命は含まれない

※ただし、公序良俗違反（暴利行為）による契約無効を肯定

[例] 家庭教師派遣契約において、有名校への合格可能性がそもそも不確実事項にあ
たらないとされた事例(東京地判平成21年6月15日 Westlaw2009WLJPCA06158005)

★④「断定的判断の提供」の範囲を拡張した裁判例

○客観的状況を元にした発言内容の推定

[例] 灯油の商品先物取引において、「灯油は必ず下げてくる」、「上場企業の部長であ
る私を信用して」、「当たりの宝くじを買うようなもの」、「銀行に預けるより〇〇
(勧誘にあたった従業員の実名——宮下注) 銀行にお金を預けてほしい」、「追証
抛金を出さずに取引を続けるやり方があるので私に任せてほしい」という発言が
あった場合(前掲名古屋地判平成17年1月26日)

◆④「断定的判断の提供」の範囲を限定した裁判例

[例] 商品先物取引において、断定的判断がなかったとされた事例(福井地判平成22年2
月4日先物取引裁判例集58巻494頁)

[1] 過去から現在に至る取引所の価格の実績を示すものといえても、金の価格が将
来においても利益をもたらすように推移するという断定的判断の提供とはいえない

[2] 顧客の30数年に及ぶ株式現物取引(+損失)の経験+顧客の証言からすると、
利益を得るためには売買を繰り返し、値動きを的確に予想しなければならないと
いう程度は理解できるだけの説明あり→断定的な説明なし

[3] 顧客の発言+苦情を述べなかったこと+ [2] の事実→断定的判断の提供なし

[4] [2] の事実+顧客が損失を被る可能性につき認識→単なる可能性か楽観的見通
しを述べる表現にとどまり、断定的判断の提供なし

(3) 故意による不利益事実の不告知(2項)

〈要件〉

- ①消費者契約
- ②事業者による勧誘
- ③契約の重要事項(+関連事項)に関して消費者の利益になる旨の告知
- ④重要事項に関する「不利益事実」の「故意」による「不告知」
- ⑤③・④による消費者の誤認(利益事実の告知・不利益事実の不告知—誤認の因果関係)
- ⑥⑤による消費者の申込みまたは承諾の意思表示(誤認—意思表示の因果関係)
- ⑦取消しの意思表示

『逐条解説』の立場

- ・④「不利益事実の不告知」～③「利益の告知」も必要
[例] デジタル CS チューナーの購入
- ・④「故意」
＝（i）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いること
＋（ii）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こと
→一種の「二段の故意」を要求

〈学説〉

- ・③・④をいずれも広く捉える傾向（④のうち「重要事項」については、(2)を参照）

〈③について〉

◇不利益事実の不実告知は、利益になる旨のみを告げて不利益は存在しないと思わせる行為という点で実質的には不実告知にあたり、一般的な情報提供義務違反が認められる場面なので、先行行為に関わりなく取消しを認めるべき（山本敬三・後掲参考文献 289 頁）

〈④について〉

◇『逐条解説』のいう「認識」はもとより、「当該消費者が不利益な事実の存在を知らないことの認識」すら不要であり、「当該消費者に不利益な事実が存在することの認識」があればそれで足りる→重過失も含む（落合誠一・後掲参考文献 84 頁、日本弁護士連合会編・後掲参考文献 76～78 頁）

〈最高裁判例〉

○最判平成 22 年 3 月 30 日判時 2075 号 32 頁

★金の商品先物取引における「将来における金の価格」が「重要事項」にあたらないとして、「重要事項」の範囲を限定的に解釈！

「消費者契約法 4 条 2 項本文にいう『重要事項』とは、同条 4 項において、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』又は『対価その他の取引条件』をいうものと定義されているのであって、同条 1 項 2 号では断定的判断の提供の対象となる事項につき『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』と明示されているとは異なり、同条 2 項、4 項では商品先物取引の委託契約に係る将来における当該商品の価格など将来における変動が不確実な事項を含意するような文言は用いられていない。そうすると、本件契約において、将来における金の価格は『重要事項』に当たらないと解するのが相当であって、Y が、X に対し、将来における金の価格が暴落する可能性を示す……事実を告げなかったからといって、同条 2 項本文により本件契約の申込みの意思表示を取り消すことはできないというべきである。」

◆最高裁：限定的解釈論＝消極的・形式的反対解釈

- ・控訴審の判例研究：「政策的観点」から控訴審判決に反対するものが存在（黒沼悦郎・金融・商事判例 1324 号 10～11 頁）→最高裁判決の実質的根拠？

「政策的観点」からの理由

- A. 外務員が自らの相場観を提供する際に相場がそれと反対に推移する可能性を示す事実を摘示しなければ取消しの対象となるとすると、外務員が有益な情報を顧客に提供するのをためらうようになり顧客に不利益が生じるのみならず、商品先物市場における公正な価格形成が妨げられるおそれが生じる。
- B. 眺望をセールスポイントにしたマンションの売買契約で、送電線や電柱により眺望が遮られていることにつき 4 条 2 項の適用を主張したところ、業者の担当者が知らないことを理由に同項にいう「故意」の存在を否定した判決があるが（福岡地判平成 18 年 2 月 2 日判タ 1224 号 255 頁）、このような立場からは、担当者は自身の相場観に反するような事実（＝勧誘にとって都合の悪い事実）については調査しないようになり、かえって安易な相場観が顧客に提供されるようになりかねない。
- C. 断定的判断の提供に至らないような相場観の提供に基づいて顧客が投資決定を行った場合には、顧客にも過失が存することが多く過失相殺をするのが妥当であるが、消費者契約法に基づく意思表示の取消しとそれに伴う不当利得返還請求権を認めると過失相殺の余地がなくなる。

「政策的観点」に対する疑問

- A. 少なくとも商品先物取引は、そもそも顧客の 8 割が損をする取引であり、かつ、業者自らが顧客の取引（建玉）と反対のポジションの取引（向かい玉）を行うことが認められているなど、市場での公正な競争や価格形成が確保されているとはいいいがたい状況が見落とされている。
- B. たしかに、同判決では 4 条 2 項にいう「故意」がないとして消費者契約法の適用は否定されている。しかし、同時に、業者は「販売物件に関する重要な事項について可能な限り正確な情報を提供して説明する義務があり、とりわけ、居室からの眺望をセールスポイントとしているマンションにおいては、眺望に関する情報は重要な事項といえることができるから、可能な限り正確な情報を提供して説明する義務がある」のにそれに違反したとして、債務不履行に基づく解除と損害賠償責任が認められている。それゆえ、むしろ業者の担当者は、そのような説明を行うために積極的な情報収集と調査を行う必要があるろう。
- C. 消費者取引においては、不法行為に基づく損害賠償を認める反面、商品先物取引などではよくみられるような業者側の故意による組織的な欺罔行為がなされている場合にまで顧客側の単なる過失を理由として過失相殺が行われているという現状が

見過ごされている。過失相殺は、一面では当事者間の衡平を図ることを可能にする制度であるが、他方でその点を強調しすぎて安易に過失相殺を行えば、結果として違法な行為により得られた利得を業者側に残す結果が生じてしまう。

※本事案では当事者の属性（会社社長・投資経験あり）に問題あり

→具体的な結論自体が妥当ではないとは言い切れない

→あくまで事実判断であり、判例の射程は限定的であると評価すべきではないか？

〈下級審裁判例〉

★③「重要事項」の範囲を拡張した肯定例

考慮要素

A. 契約の前提となる事情

○商品・権利・役務購入の必要性・相当性

[例] 悪質リフォーム工事＝床下補強工事：クレジット（立替払）契約自体の取消しを認めた事例（小林簡判平成18年3月22日消費者法ニュース69号188頁）

→分割払いの用途である耐震・大風に対する工事自体に有効性がないことが不利益事実にあたる

○契約締結の前提となる契約条件

[例] 別荘地売買契約（東京地判平成20年10月15日LLI判例検索06332487）

→隣接地に産業廃棄物の最終処分場および中間処理施設の建設計画があること

○契約代金の内容

[例] 梵鐘製作請負契約（大阪地判平成23年3月4日判時2114号87頁）

→代金3億円のうち、前金として支払った2億円が、中途解約時の解約金ないし違約金であること（2億円を支払った半月後に作成された契約書で初めて明確化）

→4条2項の「取引条件」にあたるという見方（後藤・後掲参考文献80頁）

B. 契約の目的となるものの付随的な契約条件等

[例] バルク方式による液化石油（LP）ガス供給契約およびバルク設置契約（東京地判平成22年2月25日Westlaw Japan 2010WLJPCA02258009）

→契約終了時におけるバルク買取義務の発生とその金額

◆③「重要事項」の範囲を限定した否定例

[例] 老人ホーム利用契約（第2契約：夫婦各自個室利用）において、東京都「有料老人ホーム設置運営指導指針」の存在と内容そのものは重要事項とはならないとした裁判例（東京地判平成18年11月19日LLI判例検索06134556Westlaw2006WLJPCA11090005）

[例] 商品先物取引において、将来における取引所の価格の推移は重要事項に関する不利益事実としたが、金の価格変動要因は重要事項にあたらなかった裁判例（前掲福井地判平成22年2月4日）

[1] 将来における取引所の価格の推移が、当事者双方にとって予測不可能であること
→重要事項に関する不利益事実

[2] 金の価格変動要因

→一般平均的な消費者がその意味合いを正確に理解しうるものではない

→重要事項にあたるかすると、商品取引員による説明が過度に複雑なものにならざるをえず、かえって相手方の正確な理解を妨げる結果となりかねない

→重要事項にあたらず

※当該事項を説明すればかえって理解を妨げるので重要事項にはあたらなかったというのは、重要事項の判断要素にはなりえないのでは？

★③「利益の告知」および④「不利益事実の不告知」に明確に言及する肯定例

[例] 別荘地の売買契約において、土地周辺の自然環境（隣接地に産業廃棄物の最終処分場および中間処理施設の建設計画があること）が重要事項にあたるかとしたうえで、利益の告知・不利益事実の不告知の双方が存在するかとした裁判例（東京地判平成20年10月15日LLI判例検索06332487）

- ・利益：告知あり～緑が豊かで空気のきれいな、たいへん静かな環境が抜群の別荘地
- ・不利益：不告知あり～自然環境を阻害する要因は存在しないと通常認識

★③「利益の告知」および④「不利益事実の不告知」に明確な言及をしない肯定例

〈③に明確な言及をしない裁判例〉

[例] 悪質リフォーム工事：クレジット（立替払）契約（前掲小林簡判平成18年3月22日）

[例] 包茎手術・亀頭コラーゲン注入術：クレジット（立替払）契約（東京地判平成21年6月19日判時2058号69頁）

※上記のいずれの裁判例も、実質的な言及ありという指摘（後藤・後掲参考文献82～83頁）

[例] 梵鐘製作請負契約（前掲大阪地判平成23年3月4日）

〈③④ともに明確な言及をしない裁判例〉

[例] 太陽光発電システム＋オール電化光熱機器類の売買・工事契約の訪問販売：モニター商法（神戸地姫路支判平成18年12月28日LEX/DB25437500・兵庫県弁護士会ホームページ〔ただし、備考欄記載の和解に添付〕）

※上記の裁判例では、実質的な言及ありという指摘（後藤・後掲参考文献83頁）

◆④「不利益事実の不告知」を否定した裁判例

[例] 中古車のインターネット・オークションで、車の底面に傷があるのにそれを告げなかった場合（前掲東京地判平成19年8月27日）

- ・自動車に事故に遭い、車体に損傷があること
→車体の底面は、通常は目に入らない部位なので、運転に支障のない限りは通常修復まではしない～不利益事実とはいえない
- ・利益：告知あり～画面上の「修復歴なし」との表示
- ・不利益：不告知なし～事故に遭ったことは不告知だが、「不利益事実」の不告知とはいえない

★④「故意」を明確に認定した肯定例：未見

※そもそも、他の要件を充足していないとして「故意」の判断を回避する裁判例が多い

★④「故意」を推認する肯定例

[例] 俳優養成所入所契約（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）

→原告は歌手になることを希望していたが、歌手コースに移る際には月謝が値上げされることになっていたにもかかわらず不告知

→原告が知らなかったのは当然で、それを被告も認識可能＝故意あり

[例] 包茎手術・亀頭コラーゲン注入術（前掲東京地判平成21年6月19日）

→訴外医院は術式が一般的に承認されていない事実を認識

→同術式の実施例に関する医学的文献がない以上、事実認識は明らか＝故意あり

[例] 梵鐘製作請負契約（前掲大阪地判平成23年3月4日）

→担当者の行動から事実上推定＝故意あり

※従来の対応とは異なり、今回に限って設置すべき寺院すら決まっていなかった段階で契約の締結に踏み切ったことについて合理的な説明をすることが困難

◆④「故意」の存在を認めない否定例

[例] 海側の眺望をセールスポイントとするマンションの売買契約において、海側の部屋の眺望が電柱と送電線の存在により阻害されている場合において、会社の担当者が電柱の存在を知らなかったことから故意がないとされた裁判例（前掲福岡地判平成18年2月2日）

[例] 土地の測量契約と土地売却を目的とした広告掲載契約において、当該土地が市街化調整区域および景観計画区域で砂防法の適用対象となり用途が制限されることを業者は知っていたとは認められないとして故意の存在が否定された裁判例（前掲名古屋地裁平成21年12月22日）

(4) 事業者の不退去 (3項1号)

〈要件〉

- ①消費者契約
- ②事業者による勧誘
- ③消費者からの退去すべき旨の意思表示
- ④事業者の不退去
- ⑤④による消費者の困惑 (事業者の不退去—困惑の因果関係)
- ⑥⑤による消費者の申込みまたは承諾の意思表示 (困惑—意思表示の因果関係)
- ⑦取消しの意思表示

『逐条解説』の立場

- ・③＝時間的余裕がない旨の告知／契約締結しない旨の告知／動作での意思表示の3つの場合がいずれも含まれる

〈学説〉

- ・③＝『逐条解説』の立場に大きな異論なし
- ※③の立証責任を消費者に負わせることには異論あり (山本豊・法学教室 242号 93頁)

〈裁判例〉

★③「退去すべき旨の意思表示」の範囲を拡張した肯定例

[例] 防湿剤置きマットの訪問販売：クレジット (立替払) 契約 (東京簡判平成 19年 7月 26日 D1-Law.com28152648)

→契約締結拒否行為～社会通念上、自宅から退去してほしい旨の意思を黙示に表示
＝「これ以上はらない」、「除湿剤はらないし、これ以上銀行からの引き落としをしたくないので、いりません」、「除湿剤は十分にあります。これ以上は置き場所もないので購入できません。」

◆③「退去すべき旨の意思表示」の存在を認めない否定例

[例] 健康食品の訪問販売において、消費者である原告から支払いが困難であるとして退去を要求する態度を示したという主張がなされたものの、具体的な証拠がないとして否定された事例 (倉敷簡判平成 20年 4月 25日 国セン報道発表平成 20年 10月 16日 [概要のみ掲載])

★④「不退去」の肯定例

[例] 防湿剤置きマットの訪問販売において、午後 1時くらいから 1時間以上、執拗に勧誘を続けて退去せず、困惑と恐怖感を与えたとして、「不退去」が認められた裁判例 (前掲東京簡判平成 19年 7月 26日)

◆④「不退去」の否定例

[例] ペルシャ絨毯購入契約：クレジット（立替払）契約（東京地判平成 20 年 10 月 29 日
Westlaw Japan 2008WLJPCA10298031）

→商品を自宅に運び置いたままにしていったこと（顧客主張）

→送付された「展覧会」の案内状をみた顧客が開催店舗を訪れたところ、販売会社
従業員の薦めに応じて、当該店舗にあった商品を顧客宅にもってきてもらい実際
に敷いてみて購入を決意したと事実認定

→顧客の自宅で従業員が「風水」鑑定を行った後に契約書を作成しているが、鑑定
はすでに顧客が購入を決意した後に実施されたものと事実認定

※展示会商法との共通性・「風水鑑定士」による自宅鑑定等の事実も考慮すべきでは？

（5）事業者の退去妨害（3項2号）

〈要件〉

- ①消費者契約
- ②事業者による勧誘
- ③消費者からの退去する旨の意思表示
- ④事業者の退去妨害
- ⑤④による消費者の困惑（事業者の退去妨害－困惑の因果関係）
- ⑥⑤による消費者の申込みまたは承諾の意思表示（困惑－意思表示の因果関係）
- ⑦取消しの意思表示

『逐条解説』の立場

- ・③＝口頭以外の手段（身振り手振りで「契約を締結しない」という動作をしながら椅子から立ち上がった場合など）も含まれる

〈学説〉

- ・③＝『逐条解説』の立場に大きな異論なし
- ④＝退去をできるだけ広く捉える見解も存在（日本弁護士連合会編・後掲参考文献 85～86 頁）
- ・催眠商法（SF 商法）を念頭に、「眩惑行為」を規律する可能性に言及する見解も存在（山本敬三・後掲参考文献 294～295 頁）

〈裁判例〉

★③「退去する旨の意思表示」を拡張した裁判例

[例] 絵画の展示販売：クレジット（立替払）契約（東京簡判平成 15 年 5 月 14 日 LEX/DB 2510513、
最高裁ホームページ [いずれも全文]、消費者法ニュース 60 号 58 頁 [要旨のみ掲載（コピーサー
ビスで全文入手可能）] / 『消費者法判例百選』[別冊ジュリスト No.200] 34 事件 [池田清治執筆]

→購入拒否の意思表示＝退去する旨の意思表示

※明確な退去妨害がない場合でも、一連の状況から退去妨害の意思を推測

◆③「退去する旨の意思表示」を否定した裁判例：未見

★④「退去妨害」を肯定した裁判例

[例] ネットレスの展示販売において、帰宅の意思を告げても説明を継続し、顧客の滞在時間が1時間となったことから、「退去妨害」を認めた裁判例（札幌地裁平成17年3月17日消費者法ニュース64号209頁〔要旨のみ掲載〔コピーサービスで全文入手可能〕〕

◆④「退去妨害」を否定した裁判例

[例] 商工ローンの根保証契約の締結に際して、「退去妨害」が否定された裁判例（東京地判平成21年3月4日 Westlaw2009WLJPCA03048003）

・顧客主張：従業員による長時間の軟禁状態＋根保証に応じなければ危害を加える火のような氣勢を示されて畏怖

→顧客の様子に格別異常なく退去妨害の事実なし

＝密閉性のない応接ブースで説明したこと＋他の従業員も周囲にいたこと＋警察等への通報のないこと＋知人が詐欺で逮捕された事実を知った後も被害申告等をせず和解金支払い

※直接の理由ではないが、顧客がいったん店舗から退出したことも事実認定

3. 情報提供義務（3条）と契約取消権（4条）との関係

(1) 3条の構造

①事業者の情報提供義務(1項)

②消費者の情報活用理解義務（2項）

※3条＝あくまで「努力義務」にしかすぎない→「法的義務」ではない！

(2) 3条1項と法的効力

〈裁判例〉

○パソコン講座受講契約における教育訓練給付制度の活用可能性（大津地判平成15年10月3日判例集未掲載／『消費者法判例百選』〔別冊ジュリスト No.200〕32事件〔宮下修一執筆〕）

→消費者契約法1条・3条・4条2項の趣旨を考慮して、損害賠償責任を肯定

※ただし、消費者契約法施行前の事案

「平成13年4月1日施行の消費者契約法1条は、『消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承認の意思表示を取り消すことができ

ること・・・により、消費者の利益の擁護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。』と、同法3条は『事業者は、・・・消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。』と各規定し、更に同法4条2項は、『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になる旨を告げ、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、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。』と規定している。このような消費者契約法の趣旨（事業者の情報の質及び量の絶対的な多さを考慮し、これに対する消費者の利益の擁護による健全な取引の発展を目的とする趣旨）からは、事業者が、一般消費者と契約を締結する際には、契約交渉段階において、相手方が意思決定をするにつき重要な意義をもつ事実について、事業者として取引上の信義則により適切な告知・説明義務を負い、故意又は過失により、これに反するような不適切な告知・説明を行い、相手方を契約関係に入らしめ、その結果、相手方に損害を被らせた場合には、その損害を賠償すべき義務があると解する。」

○パチスロ攻略情報販売（名古屋地判平成19年1月29日兵庫県弁護士会ホームページ）

→法的効力を否定（→(3)参照）

○パチスロ攻略情報販売（東京地判平成21年11月16日 Westlaw Japan 2009WLJPCA11168003）

～3条1項の文言を考慮して、消費者有利解釈の原則を一般的に主張することが可能であると示唆：本件では、当事者間の契約内容を合理的に確定できるので不要

〈学説〉

I. 3条違反が民法上の規定の効力発生を基礎づけるという立場

- ① 3条を一種の行為規範と位置づけ、民法上の一般ルールである信義則、権利濫用、公序良俗などの規定を具体化させるものとして捉えるもの（松本恒雄「消費者契約法と契約締結過程に関する民事ルール」法学のひろば53巻11号17頁。横山美夏「消費者契約法における情報提供モデル」民商123巻4=5号555頁も同旨）
- ② 不法行為の違法性や公序良俗違反の有無、さらに詐欺・錯誤の拡張を基礎づけるもの（道垣内弘人「消費者契約法と情報提供義務」ジュリスト1200号50頁。不法行為の違法性については、落合・後掲参考文献62頁も参照）
- ③ 3条の努力義務を手段債務と捉えて債務不履行責任の追及が可能であるとするもの（上杉めぐみ「事業者の不十分な情報提供に対する消費者契約法の活用についての一考察」国民生活研究48巻2号62～63頁）

II. 4条の契約取消権との関係で、3条を位置づけようとする立場

- ①違反類型ごとに3条の事業者の情報提供義務違反の効果として消費者に契約権が与えられる場合の要件を明らかにした規定が4条であると捉えたうえで、3条違反がある場合に4条の類推適用が可能であるとするもの（加賀山茂「消費者契約法の実効性確保策と今後の展望」法学セミナー549号46頁）
- ②3条1項を4条所定の要件の解釈基準として用いることができるとするもの（道垣内・前掲50～51頁）
- ③事業者の説明が曖昧な場合には3条の「消費者にとって明確かつ平易なものにするように配慮」していないことを理由に、不実告知・断定的判断・不利益事実の不告知の認定を積極的に行うべきとするもの（加藤雅信・後掲参考文献138～139頁）

※3条1項の役割

従来展開されてきた法理の「補強的役割」＋他の法条の適用範囲の「拡張的役割」

(3) 3条2項と法的効力

〈裁判例〉

- パソコン講座受講契約（前掲大津地判平成15年10月3日）
 - 3条2項の趣旨を考慮して2割の過失相殺
 - パチスロ攻略情報販売（前掲名古屋地判平成19年1月29日兵庫県弁護士会HP）
 - ・3条＝努力義務
 - 同条を理由として、契約の取消しの可否や損害賠償責任の有無といった私法的効果には影響を及ぼすものではない
 - 3条2項は事業者から提供された情報の活用を要請するものにすぎず、消費者自らの情報収集の努力までも要請するものではない
- ※3条2項を理由として消費者側の取消権行使の効力を否定しようとする事業者の主張を封ずるために、3条全体の法的効力を否定

〈学説〉

- ・努力義務を著しく怠る消費者を念頭に置きつつ、事情によっては信義則・権利濫用の規定を適用して消費者の権利行使の否定や過失相殺の可能性を示唆（松本恒雄・法律のひろば53巻11号17頁）
- ・一種の消費者啓発的な役割を果たす同項を根拠にして、消費者側からの契約取消権を否定したり、損害賠償・過失相殺の根拠にすべきではないという強い異論（山本豊・法学教室242号88頁）

○3条1項：「努めなければならない」／3条2項：「努めるものとする」
＝努力義務の強さにも差（『逐条解説』）

↓

しかし、1項だけではなく、法的効力の付与を認める見解・裁判例の登場

↓

★3条への法的効力付与：「両刃の剣」の可能性～慎重に対応する必要

4. 消費者契約法上の契約取消権（4条）と特定商取引法上の契約取消権との関係

○2004年特定商取引法改正

＝不実告知・故意による不利益事実の不告知があった場合における契約取消権の新設

→「重要事項」の範囲が消費者契約法より広い（動機の部分まで含む）

・特定商取引法～従来は、訪問販売・通信販売・電話勧誘販売について「指定商品・指定役務制」を採用

→若干の適用除外を除いて撤廃（2008年改正）

※「特商法の方が使い勝手がいい」（松本恒雄発言〔加藤雅信＝加藤新太郎編著『現代民法学と実務（中）』（判例タイムズ社、2009年）298頁〕）

↓

◎消費者契約法を特定商取引法に合わせる形で改正することも検討する必要

参考 不実告知・故意による事実の不告知の対象範囲

取消規定	不実告知・故意による不告知の対象範囲
消費者契約法 4条	「重要事項」＝下記(A)・(B)のうち、契約締結の判断に重要な影響を及ぼすべきもの(4条4項本文) (A) 契約の目的となるものの質、用途その他の内容(4条4項1号) (B) 契約の目的となるものの対価その他の取引条件(4条4項2号)
特定商取引法 9条の3(訪問販売[2008年改正前9条の2]) 【※1】 (不実告知・故意による不告知双方で対象となる事項) ↑	6条1項(不実告知/下記(a)～(g))・6条2項(故意による不告知/下記(a)～(e) [(f)・(g)除く])に掲げられている事項【※2】 (a) 商品の種類、性能・品質/権利・役務の種類、内容/その他省令で定めるもの [=商品の効能、商品の商標・製造者名、商品の販売数量、商品の必要数量、役務・役務にかかる権利の効果(経済産業省令6条の2)] (6条1項1号) (b) 商品・権利の販売価格、役務の対価(6条1項2号) (c) 商品・権利の代金、役務の対価の支払時期・方法(6条1項3号) (d) 商品の引渡時期、権利の移転時期、役務の提供時期(6条1項4号) (e) クーリング・オフに関する事項(6条1項5号)
↓ (不実告知のみで対象となる事項)	(f) 顧客が契約締結を必要とする事情(=動機付け)に関する事項(6条1項6号) (g) (a)～(f)以外の契約に関する事項で、顧客等の判断に影響を及ぼすことになる重要なもの [=「重要事項」] (6条1項7号)

【※1】 このほか、24条の2(電話勧誘販売)、40条の3(連鎖販売取引)、49条の2(特定継続的役務提供)、58条の2(業務提供誘引販売取引)で同様に契約取消権が認められており、その対象となる事項については、21条1項(電話勧誘販売)、34条1項(連鎖販売取引)、44条1項(特定継続的役務提供)、52条1項(業務提供誘引販売取引)にそれぞれ規定がある。その詳細はそれぞれ異なるが、煩雑さを避けるために、ここでは訪問販売のみを比較対象とする。

【※2】 6条2項では、6条1項1号～5号の事項のみを故意による事実の不告知の対象とするため、故意による(f)・(g)の事実の不告知があっても、契約を取り消すことはできない(なお、6条1項・2項に違反する行為は刑事罰・行政処分の対象となるが、(f)・(g)に関する行為については、行政処分のみを対象となる)。

5. 媒介の委託を受けた第三者および代理人に対する契約取消権（5条）

（1）「媒介」の委託（1項）

(a) 5条1項の内容

○消費者から「媒介」の委託を受けた「第三者」（受託者等）

→4条1～3項に該当する行為をした場合は、4条の規定を準用

(b) 「第三者」

『逐条解説』の立場

○2段階以上の委託を受けた者を含む

第三者の具体例

- ・生命保険募集における代理店や、営業職員の一部
- ・携帯電話事業者から業務委託を受けた携帯電話販売会社

〈学説〉

第三者の具体例（日本弁護士連合会編・後掲参考文献 111～112頁）

- ・不動産の売買・賃貸を仲介した宅地建物取引業者
- ・クレジット契約やリース契約の仲介をした販売店
- ・住宅ローンの設定に際し、信用保証契約や火災保険契約を媒介した銀行
- ・旅行サービスを手配した旅行業者
- ・保険・証券の外交員（ただし、事業者の履行補助者として4条直接適用の可能性あり）

〈裁判例〉

[例] クレジット契約：「第三者性」を否定したものはない

→5条1項の適用否定例＝「媒介」性を否定（→(c)参照）

[例] 貸金の連帯保証契約：借主の第三者性

→第一審（右京簡判平成21年1月31日消費者法ニュース84号23頁〔要旨のみ掲載〕）：肯定

→控訴審（京都地判平成21年5月21日消費者法ニュース84号23頁〔要旨のみ掲載〕）：否定

※「第三者」＝「事業者の共通の利益のために契約締結に尽力し、勧誘行為が事業者の行為と同視できるような関係」

→借主＝貸金業者の事業拡大等のためではなく、あくまで自らの資金獲得という利益のために保証人となるよう依頼

→きわめて限定的に解釈

(c)「媒介」の委託

『逐条解説』の立場

- 「媒介」=ある人と他の人との間に法律関係が成立するように、第三者が両者の間に立って尽力すること

※きわめて限定的な解釈

- 「媒介」の委託=消費者契約の締結のみならず、間接的に、その契約締結に際して行われる消費者に対する勧誘の委託も含む

〈学説〉

- [1] 尽力の対象が消費者契約締結にいたる一連の過程の一部に限定される場合（〔例〕保険業の紹介代理店）も含む（落合誠一・後掲参考文献 98～99 頁）
- [2] 一般に、他人間の法律行為すなわち契約の成立に尽力する事実行為をいい、消費者を勧誘する行為を含む（日本弁護士連合会編・後掲参考文献 111～112 頁）
→クレジット契約にも 5 条 1 項が適用されるという立場

〈裁判例〉

★適用肯定例

- 〔例〕防湿剤置きマットの訪問販売：クレジット（立替払）契約（東京簡判平成 19 年 7 月 26 日 D1-Law.com28152648）

- 理由 (i) 売買契約とクレジット（立替払）契約は密接不可分
- (ii) 販売契約の従業員が立替払い契約の同意を取り付け

◆適用否定例

- 〔例〕健康電気器具の売買契約（連鎖販売取引〔マルチ商法〕）：クレジット（立替払）契約（三島簡判平成 22 年 10 月 7 日消費者法ニュース 88 号 225 頁）

- ・代金 47 万円余のうち既払分の 29 万円余のみ販売会社と信販会社に請求
→販売会社への不実告知（4 条 1 項 1 号）に基づく取消しは認容
→信販会社への 5 条適用は否定

- 理由 「媒介」=『逐条解説』の立場を採用
- (i) 販売業者に立替払契約締結のための代理や媒介を委託せず
- (ii) 信販会社が消費者に架電し、商品購入の事実、契約内容の了解、立替払契約の申込意思の有無をそれぞれ確認
- (iii) 不実告知が商品の購入動機であるとの申し出が消費者からなく、一連の対応に不審な点もなし

※控訴審第 1 回口頭弁論期日で、信販会社が消費者に既払金全額を返還するとともに、消費者は販売業者と合意解除したうえでリニューアル費用として 1 万円を支払い商品を返還する旨の実質的な消費者逆転勝訴ともいえるべき和解成立

(2)「代理」(2項)

(a)5条2項の内容

○消費者・事業者・受託者等の代理人(復代理人を含む)

→消費者・事業者・受託者等とみなして、消費者の代理人からの契約取消権の行使を認める(2項)

(b)「代理人」

『逐条解説』の立場

代理人の具体例

- ・消費者の代理人：未成年者の法定代理人(親権者など)、弁護士
※弁護士には情報・交渉力の格差はないが、あくまで代理権の範囲内で、本人である消費者のコントロール下において代理をしているため
- ・事業者の代理人：代理商

6. 契約取消権の行使期間(7条)

(1)行使期間の内容

- ・短期：「追認をすることができる時」から6か月
- ・長期：「消費者契約の締結の時」から5年

[立法理由(『逐条解説』)]

○事業者の行う取引は、反復継続性の観点から迅速な処理が求められ、かつ、取引の安全確保、相違の安定化に対する要請が強い

→4条・5条は、民法よりも取消しを広く認めるものであり、取消しの行使期間を短縮

参考 特定商取引法9条の3(2008年改正前9条の2)4項

- ・短期：「追認をすることができる時」から6か月
- ・長期：「消費者契約の締結の時」から5年

[立法理由(『平成16年版 特定商取引に関する法律の解説』)]

○民法の詐欺に比して緩やかな要件のもとで取消しを認めるため、期間短縮

★消費者契約法と同様の理由

※いずれの対応も、そもそも民法よりも緩やかな要件で新たな取消しを認める立法をした意義を大きく減じるのでは？

(2) 起算点「追認をすることができる時」の解釈

『逐条解説』の立場

- 「追認をすることができる時」＝取消しの原因となっていた状況が消滅した時
 - ・「誤認」類型～消費者が誤認したことに気付いた時
 - ・「困惑」類型～困惑を脱した時（＝事業者・消費者が退去した時）

〈裁判例〉

- 「誤認」類型
 - [例] 化粧品・青汁販売契約：ローン提携販売（佐世保簡判平成17年10月18日消費者法ニュース68-1号61頁〔概要のみ〕）
 - 消費者契約法4条1項1号適用
 - 契約から11か月後に取消し意思表示
 - ＝「誤認」に気がついたのが8か月後であったとして、信販会社側の消滅時効の主張を排斥

- 「困惑」類型
 - [例] 絵画の展示販売：クレジット（立替払）契約（前掲東京簡判平成15年5月14日）
 - 消費者契約法4条3項2号適用
 - 契約締結時から6か月と8日後に取消権を行使
 - ＝契約締結時から1か月と25日後に、販売店から絵画を引取りに来るようとの連絡を受け、納品確認書に署名押印（絵画は実際には納品されていない）
 - ＝この時点でも消費者は「契約の意思も商品引取りの意思もないことを販売店に表明している」のであり、申込時におけると同様、販売店の担当者の言動に基因する困惑した状況のもとに、納品確認書に署名押印したことが認められる」ことから、「引渡しの手続は、販売店の債務履行のためになされたものであり、申込時における契約と一体をなすものであると考えられる」として、同手続時点を起算点として、信販会社による消滅時効の主張を排斥

[参考文献]

- 宮下修一『消費者保護と私法理論——商品先物取引とフランチャイズ契約を素材として』
(信山社、2006年) 4～5頁、23～88頁
- 同 「消費者契約法の改正課題」法律時報 79 卷 1 号 (2007 年 1 月号) 91～95 頁
- 同 「消費者契約法 4 条における契約取消権の意義——その現状と課題」静岡大学
法政研究 11 卷 1=2=3=4 合併号 (2007 年) 63～121 頁
- 同 「消費者契約法 4 条の「重要事項」の意味——最高裁判所平成 22 年 3 月 30 日判
決を受けて」国民生活研究 50 卷 1 号 (2010 年) 80～90 頁
- 同 「消費者契約法 4 条の新たな展開 (1) - (3・完) ——『誤認類型』・『困惑類型』
をめぐる議論と裁判例の動向」国民生活研究 50 卷 2 号 91～139 頁、3 号 21～
53 頁、4 号 38～105 頁 (2010～2011 年)
- 同 「教育訓練給付制度の利用と説明義務違反」消費者法判例百選 (別冊ジュリスト
No.200) (2010 年) 78～79 頁 (32 事件)
- 同 「契約の勧誘における情報提供」法律時報 83 卷 8 号 (2011 年 7 月号) 9～14 頁
- 同 「消費者契約と媒介——消費者契約法 5 条の意義」静岡大学法政研究 16 卷
1=2=3=4 合併号 (2012 年) 35～77 頁
- 消費者庁企画課編『逐条解説 消費者契約法 (第 2 版)』(商事法務、2010 年)
- 落合誠一『消費者契約法』(有斐閣、2001 年)
- 潮見佳男編『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)
- 加藤雅信『新民法体系Ⅳ 契約法』(有斐閣、2007 年) 135～146 頁
- 大村敦志『消費者法 (第 4 版)』(有斐閣、2011 年) 235～241 頁
- 山本敬三『民法講義Ⅰ 総則 (第 3 版)』(有斐閣、2011 年) 283～297 頁
- 江頭憲治郎『商取引法 (第 7 版)』(弘文堂、2013 年) 95～101 頁
- 中田邦博＝鹿野菜穂子編『基本講義 消費者法』(日本評論社、2013 年) 81～94 頁 (中
田邦博執筆部分)
- 後藤卷則『消費者契約と民法改正』(弘文堂、2013 年)
- 消費者庁取引対策課＝経済産業省商務流通保安グループ消費経済企画室編『平成 24 年版
特定商取引に関する法律の解説』(商事法務、2014 年)
- 齋藤雅弘＝池本誠司＝石戸谷豊『特定商取引法ハンドブック (第 5 版)』(日本評論社、
2014 年)
- 圓山茂夫『詳解 特定商取引法の理論と実務 (第 3 版)』(民事法研究会、2014 年)
- 上柳敏郎＝島藺佐紀『実務解説 特定商取引法』(商事法務、2010 年)
- 日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編『改正特商法・割販法の解説』(民事法研究会、
2010 年)