

第4回 消費者契約法改正に向けた専門技術的側面の研究会 議事要旨

1. 日 時：令和元年5月23日（木）10:00～12:00

2. 場 所：中央合同庁舎第4号館共用第3特別会議室

3. 議題

- 1) 立正大学心理学部 西田公昭教授へのヒアリング
- 2) いわゆる「つけ込み型」勧誘について
- 3) 意見交換

4. 出席者

（委員）

山本委員（座長）、沖野委員（座長代理）、垣内委員、角田委員、高橋委員、
西内委員、丸山委員

（事務局）

高田政策立案総括審議官、加納消費者制度課長

（オブザーバー）

国民生活センター、法務省、最高裁判所

（ヒアリング対象者）

立正大学心理学部 西田公昭教授

5. 議事概要

西田公昭立正大学心理学部教授からの説明及びこれに対する質疑応答を実施、
続いて事務局から各資料について説明を行った後、委員間で意見交換を実施し
た。概要は以下のとおり。

【西田公昭立正大学心理学部教授の説明・質疑応答】

- 西田公昭立正大学心理学部教授から、資料1-1及び1-2に基づき説明。
- 調査における「被害」の定義について質問したい。これは、勧誘がなければ契約をしなかったという意味の被害なのか、それとも虚偽の情報とか商品自体に問題があったことを被害としているのか、両方が混ざっているのか。
次に、被害に遭った人が後悔する時期について質問したい。場の拘束の場

合だと、クーリングオフなどにも見られるように、そこから逃れたらすぐに対応することもあり得ると思うが、関係性の利用となると、なかなか関係性から抜け出せないこともあると思われ、気づいて対応できる時間は違ってくるのではないか。この点について情報や分析はあったのか。

○ 資料に挙げた6項目のいずれかに該当すれば、「被害」として一応分析の対象に入れている。つまり、「被害」は、勧誘を受けて望まなかったり、違和感を覚えたりする契約を締結した場合を全て含めた概念として捉えている。この点は今後の研究が必要になるだろう。

○ 後悔の時期は、御指摘のとおり、場の拘束の場合はその拘束が解ければクーリングオフにつながるが、関係性の利用の場合はそうはいかず難しい。調査では、後悔した時期について細かく聞いていないと思う。ただ、関連する問題として、ヒアリング対象者には、被害に遭っていると我々からは見えるのに、気づいていない学生たちがいた。特にマルチ商法などの場合は「いい勉強になったかな」などと言う人も多かった。プライドもあると思うが、デート商法のようにうまくケアしてクーリングオフさせないという事例はよくあるので、勧誘する者が引き際をうまく考えているのかもしれない。一方で、恋人のように近づいてきた人がいなくなってもまだ心の中でだまされていないのではないかと思う消費者は多いと思う。

なお、高齢者も同様で、家族から見るとひどく契約を失敗しているのに、本人には被害者意識がないこともあるだろう。

もっとも、被害者意識がないことを、この調査の中で拾い出すことはできていない。

○ 資料の3ページ右下の(4)後悔の有無という項目で、6割の方が「今思えば、断れば良かった」と回答しているが、2割弱の方はむしろ「良い購入・契約だった」と回答している。ここでの後悔の有無と実際に受けた勧誘の手法について、何か関係はあるのか。例えば、特定の勧誘の場合には後悔が少ない等があれば、お教えいただきたい。

○ 後悔していないというリアクションに対して、どうなのだろうと議論をしたことはあるが、データは残念ながら存在しておらず、分析ができていない。先ほどの話にもつながるが、若者は「今までこういうことをよく知らなかったので勉強になりました」といった発言をすることがある。若者にとって被害金額は大きいかもしれないけれども、人生を大きく狂わせるほどの被害を受けた者がこの中にたくさんいたわけではないと思われることから、このよ

うな言い方ができたのかと推察できる。この点はもっと研究すべきだろう。

- 若者に限定して調査したが、一般にも広げ得る結果になったのではないか。確かに、御教示頂いた感覚や分類は、必ずしも若者に限定されず、高齢者の方にも関係がある部分も見受けられる。逆に、若者に特徴的だと思われる分析結果はあるか。

- 例えば、「リスクな傾向」という言葉を使い、被害に遭いやすい傾向で3因子を作成したが、ここでの質問項目は若者向けの項目だと思う。

- ただ、心理的には、勧誘に弱いとか内的な衝動が抑えられないといったことは若者に限られず、一般的にあるだろう。

もっとも、今回の調査は、そうした傾向を測定するためのツールとしては若者向けの項目に限定した。その意味で、心理的なベースは若者と若者以外は同じであるが、若者がターゲットになっている、又は若者が食いつきような内容で勧誘をしている実態が把握できたという感想だ。

- 若者の問題の一般化というときに、社会人という問題についてどのように考えるのかも一つの論点だろう。

例えば、自動運転が実現したときに何をしたいかというアンケートをした結果を聞いたことがあるが、日本人の希望しているものとして最も多かった回答が「寝たい」だった。ほかの国だと「おしゃべりを楽しむ」や「素敵な時間を楽しみたい」なのに、やはり日本人は疲労しており、浅慮を抱えているナンバー1かもしれない。

他の観点として、Fintechという新しいサービスが、忙しい働く世代もすき間時間でサービスを受けられるということ売り物にして普及している状況がある。

これらを踏まえ、今回の分析を社会人も含めて一般化していくときの何か御示唆があればお教えいただきたい。

- 「社会人」と「若者」はどう違うのかという点だと思うが、現時点では、若者も社会人も大きく変わらず、特に若者が消費者被害等に遭やすい、又は遭いにくいことはないのではないか。消費者被害に遭わないための十分な教育が行われているとは思われず、また混乱や誤信、浅慮といった状態に陥らないように、用心すべき等の注意喚起は今の段階で社会に届いていない。その意味で、若者全体というよりも日本人全体の脆弱性ということになろう。

- ただ、勧誘を受けている個人の状況や特性を特定して考えると、きめ細か

く分析できる部分もある。18歳に成人年齢を下げることは非常に懸念されるが、単純な年齢の問題というわけではない。社会教育や学校教育において必要な知識を理解することをある程度義務的に消費者に課していないと、被害に遭った時に「あなたは判断できたでしょう」と責任を求めることはできないのではないか。つまり、脆弱性を社会が作ってしまっている感じがする。恐らく20代も30代もこうした状況に何も変わりはなく、経験値の差だけが問題となっているのではないか。

○ その意味で、20代、30代のときに、いろいろな買い物や契約をすることで見聞きして知ったことは偶然の賜物であり、これを基に本人に責任を問うのは厳しいのではないか。例えば、社会人になると契約書、領収書や請求書等を多く見るようになり偽物の見分けがつきやすくなる

○ 今の段階では、消費行動に関する危険はどんなものがあって、人はそれに対してどう注意していかなければいけないのかという教育を十分に受けていないという意味で、手厚く消費者を保護しなければならないのではないか。

しかし、これは大変なことであり、どちらかといえば、法律よりも先にまずはちゃんと知識を与えた上で、責任ある行動を法律でチェックすることを望むべきではないかと思う。

○ 例えば、社会的な経験の不足や未経験が脆弱性をもたらしているのではないかという捉え方があり、それは法文の中にもあるが、先生のお考えによると、社会的な経験の蓄積は実は被害の回避に余り効いていないということなのか。社会人一般についてお話しいただいたが、これは若年社会人に限った話なのか。

○ 経験を積めば被害に遭わなくなるということは一つの論理としては成立しそうだが、別の因子が出てくる。

心理的な因子として、人間は経験を積むと、それを習慣化し自動処理化した行動として捉えることになり省エネ的な意思決定が増えて熟慮性が減る。

これは、高齢者が最もいい例である。悪質業者はこの点を逆に狙う傾向にあり、よくある場面やシーンを疑似的に経験させ、そこで契約を締結させようとする。知識があればよいということは、ある程度正しいが、どのような知識かという質の問題があり、単に場面に気をつけるだけではなくメタ知識、つまり業者の不当な勧誘手法に関する知識のレベルまで備えておく必要があるのではないか。

○ 資料の7ページ、右下の「知識不足・判断が甘かった」という点に関して

は、一定程度勉強すれば被害に遭う可能性は減ると思われるので、並行して教育を行っておくことが喫緊の課題として非常に必要という示唆は得られたのだろう。

- また、西田先生から経験を積み積むほど心理傾向として脆弱性が出てくることも考えられないわけではないとして、ヒューリスティックに関するお話を頂いたが、社会生活上、被害に遭わない経験をずっと積んでいったとすると、いわゆる楽観主義や自信過剰と呼ばれるような傾向、つまり、自分だけは大丈夫だとか、あるいは自分が行った行動については必ず良いものだ、だからこそ現在の今の良い生活があるのだと、そのように考える可能性も否定できない。

卑近な例だと、高齢者のドライバーに関して一定程度問題になっているが、高齢の時期まで大きな事故に遭っていないという経験から、今後も事故に遭わないだろうという形の推論が導かれて得る。このように、経験を積んだことによって更に脆弱になる側面があり得ることに対してどのように考えるのか、徳島の検討会ではなかなか論じ切れなかったが、今後考えていく必要性があるのではないか。

- この調査とは別に、高齢者の問題としてオレオレ詐欺について研究したことがあるが、調査結果によると、現実逃避という消極的な対処をするという、被害者の心理がもう一つ重要な問題となる。例えば、次に同様の被害に遭わないよう学ばなければと思っておらず、結果として何度も繰り返し被害に遭うという現実もある。

- それは高齢者ゆえなのか。

- 客観的データはないが、心理学的には高齢者以外にも一般化できると思われる。要するに、被害に遭い、お金が戻ってくることが絶望的な状態で、この気持ちをどうにかしなければとなるときに、二次被害に遭わないように頑張ろうというのは相当つらいということである。恐らく誰かが相当サポートしないといけないだろう。被害に遭ったことは人に知られたくない。恥ずかしい思いや自責の念が強く1人で抱えていることが普通であり、高齢者だろうと、若者だろうと、忘れてしまおうという心理のほうが強いのではないか。

【事務局からの説明】

- 事務局から、資料2、3について説明を行った。

【意見交換】

資料 2. 第 2 について

- 厳密な分類ではなく、事例のどの点に着目すれば問題が見えてくるかを示すという点で、このような事例の整理は十分成り立つと思われる。
- 若干気になったのは、事例 5 については、長時間かつ深夜 1 時まで勧誘が行われており、現行法の退去妨害の類型に当たるという見方もあり得るのではないか。ただし、退去妨害は、本当は帰りたいけれども帰れないから仕方なく望まない契約をするという脅迫タイプを基本的には想定している一方で、この事例は、頭がボーっとしてきたところで契約してしまったということで、また違う類型かもしれない。
- 現行法でも対処しうる事例を取り上げると、結果として現行法の解釈を狭めることになるおそれもあることから、整理の際に留意いただきたい。

資料 2. 第 3.

1. 取消権の創設

(1) 消費者契約法における取消権規定の在り方 について

- ア(p. 8)において、明確性の重視と並んで、消費者契約の包括的・一般的規定であるという性格をにらんだ消費者契約法の規律の在り方を検討することが、現実の被害と理論的な位置づけの両面からも重要であると打ち出されている。こうしたことを改めて確認することは非常に重要。
- 今回、非常に興味深いアプローチとして、第三者を関与させる仕組みと業法との連携の仕組みが提案されており、これらについては検討を進める余地が十分にある。いずれも従来あまりなかったアプローチであるが、このように要請に応えるためアプローチを多様化することの重要性について、(1)においてまとめる形で言及があっても良いのではないか。
- 取り上げるべきかどうかについて検討・精査の上、判断いただければと思うが、競争法との合体という視点、あるいは団体訴訟で使われる実体法ルールであるという視点から、もう少し事実関係なり事例の紹介があってもよいのではないか。
- 消費者庁のホームページにおいて、適格消費者団体と事業者の間で景表法

の優良誤認表示に関する裁判上の和解が成立した事案が紹介¹されており、ここでは、優良誤認表示の削除に加え、当該表示を利用した勧誘を行わないということも和解の内容となっている。このような形で消費者契約法が利用されているという旨の記述があっても良いのではないか。

(2) 具体的な規定案

ア 消費者の判断力に着目した規定(考え方Ⅰ) について

- 消費者の生計に著しい支障を生じさせる契約に着目するという方向については、民事法学的にも、適合性に関する一つの考え方として生存権保障に関わる契約類型に着目して一定の手当てがなされてきたところであり、一つの着眼点としてはあり得るのではないか。
- 家族や親族等の自立的なサポートというのは興味深い提案である。昨今の成年後見制度に関する議論においても、本来は契約といった法的側面だけでなく自立的なサポートも重要であるものの、それがなかなかできていないという議論がある。裏側である消費者法制で何ができるのかを考えるのは非常に重要である。
- 気になる点としては、正面から取消権が無くなる場合の要件として取り上げるのが良いのか、それとも例えば、判断能力につけ込むという行為を要件化する中で、利益相反関係にない家族や親族等の同意があったことを、不当勧誘ではなかったという評価に取り込むという方向が良いのか等の法律のつくり方として何がいいのかという点である。
- また、成年後見制度であれば、親族等に代理権を与えるなど一定の位置づけがしやすいが、昨今では任意後見人においてさえ被後見人との間での利益相反行為がみられるとの話もあり、悪用の防止についても考える必要がある。
- 今の点はとても大事な指摘だと思うが、どのように条文化するかという点との兼ね合いで非常に悩ましい点でもある。
- 問題提起として受けとめていただければと思うが、例えば、意思表示の到達について了知期待可能という概念がある。最近の事案で、深夜に決まった取締役会の招集通知の電子メールが90歳台の取締役に到達したか否かに関し争いとなったものがあるが、判決では、社内用の電子メールを秘書が日頃チェックをしていたか等を考慮した上で、到達を否定した。このように到達

¹ 「消費者ネット広島と株式会社 Dstyle との間の裁判上の和解について(平成 31 年 2 月 12 日付け)」(2019 年 5 月 8 日公表)

については了知期待可能という基準をもとに、常に秘書がチェックしているかどうか等を踏まえて判断している。どのような要件を定立していけばよいのか定見はないが、代理権の有無などを問うのではなく、同居親族など一定の関係にある者との関わり方、どんな意思表示なのかも考慮にいれられるような、ある程度解釈で対応可能なものもあり得るのではないか。

- この第三者の同席なり一定の関与は、今後検討していくにふさわしいものであるが、適当な第三者をどう設定していくかという点が難しい。ここでは判断力にかなり不十分がある者を別の人をサポートするという仕組みとなるが、本人の利益を鑑みながらサポートできるような立場にある人かどうかの問題となる。
- 下手をすると、適切でない第三者が登場して、当該者が関与したので大丈夫といった逆の意味での劇場型勧誘が生じてしまう可能性もある。また、高齢者の取引等について昨今言われていることであるが、高齢者はかえって家族に遠慮して自分が言いたいことが言えないということもある。今回の仕組みは、不公正な契約締結過程に対する防波堤であり場面は違うが、その点もまた考慮する必要があるのではないか。
- もう一つ、資料には「同席するなどの一定の関与」とあるが、その方法として、例えば、これを専門家に助言を求める機会を与えるという手続面からの問題状況の治癒といった方向で考えることができる。
- この点に関しては合、必ずしも恒常的に判断力が不足している者の契約に限らず対応できるように思われる。例えば、一時的に急かされて契約する場合、急かされてという要件を設けつつも、別途、専門的な知見等をもとにサポートをしてくれる者のアドバイスを求める機会を与えるといった可能性も、こうした考えからは派生してくるよう思われるが、検討してはどうか。
- 今の点に関連するが、例えば、ベストプラクティスの紹介として、業界の自主的な取組みを逐条解説において紹介すること等も一考に値するのではないか。
- 「消費者の生計に著しい支障を生じさせる契約」という部分について、注17で貸金業法や割賦販売法などが挙げられているが、これらの法律では、相手方の資産などに対する調査権や調査義務などを前提としてこのような規律が設けられている。したがって、これを一般化するとき相手方の生計に著しい支障を生じさせるかどうかということはどうやって把握するかという点は当然問題になると思われる。

イ 「浅慮」「幻惑」といった消費者の心理状態に着目した規定（考え方Ⅱ）について

- 徳島の検討会では「幻惑」という概念は取り上げていない。「浅慮」以外の概念については、現行の消費者契約法を前提としつつ、契約内容自体についての「誤認」という形か、あるいは契約外の事情について消費者に生ずる不利益に着目した「困惑」（脅迫の拡張類型）という形で考えていた。それ以外の部分については、全て「浅慮」に入れるか、あまり検討しないという形で整理されている。
- ここで「幻惑」の一例として挙げられている、勧誘者に対する歓心（資料11頁）に関しては色々な分解ができる。

一つの分解の仕方は、消費者に利益を与えるかのように見せることで、契約内容以外の部分、すなわち考慮すべきでない事項について考慮させているという意味で（困惑と）共通することから、「困惑」の一類型（不利益ではなく利益を示していることからすると困惑の逆類型）と考えることがあり得る。

また、徳島の検討会でも扱われていたが、「浅慮」に近づくというところもあり得る。人間関係に関して、殊さらに興味・歓心をあおって、契約内容について十分に吟味させない状況をつくり出すといった点に注目するならば、「浅慮」型と「困惑」型の逆類型としての歓心をあおる型が組み合わせられていると整理できる。
- なお、事業者が契約外の事情について何らかの利益を与える旨の表示は、必ずしも禁じられるものではないが、仮に禁じられるとすれば、理由としては2つの方向性があり得る。一つは利益を与えることが誤認に基づいているということである。デパート商法などが典型的だが、相手方がフェードアウトをするということを念頭に置きつつそのような商法が行われているという点が、禁止の実質的な根拠になり得る。もう一つの方向性は、強迫もそうだが、一定の利益、不利益に意識が向けられる場合、契約内容について吟味するという心理が働かなくなるというメカニズムに着目している点であろう。
- 高揚感はなかなか難しいが、通常、契約の目的物についての価値を誤らせるという意味では「誤認」の一類型とも考えられるし、その場の雰囲気として何かしらの相手方の思考能力を奪うことが行われているならば、「浅慮」の一類型に近づけて考えることもあり得る。
- このような意味で、「幻惑」という類型については、徳島の検討会に照らせば、「困惑」という類型を逆の場面にも拡張して、「誤認」と「困惑」と

「浅慮」のいずれかにある程度振り分けた上で、それを整理していくという形で考えることになる。

- 情報提供として、注19に書かれているEUの不公正取引方法に関して、「消費者のためのニューディール」で民事ルールを整備するという方向で議論されているが、国内法化に当たり各国内の民事法ルールとの抵触をどうするかが議論されているので、動向を追いかける必要がある。先立って民事ルール化したイギリスにおいて、民事救済について90日ほどの短期の行使期間制限が設けられていることは参考になる。
- 気になった点としては、急がせて契約をするという場合に、2005年のEU不公正取引指令では、併せて虚偽の陳述をするということが要件となっている。しかし、今日契約をしなければ安くならないと勧誘する場合に、高い値段で契約をしている消費者がどれほど存在し、果たして当該価格が本当に安いのかというところも少々気になる。急いで契約させること自体が問題なのか、それとも、やや虚偽的あるいは取引慣行という内容面も問題なのか。
- 浅慮類型でクーリングオフ制度と関連づけながら熟慮期間の確保を図るという案があるが、一案として、検討時間を不当に制限されたことにより契約した場合について、原則、取り消し得ると考えた上で、独禁法上の不公正な取引方法のようにセーフハーバーのようなものを設けてはどうか。具体的には、相手方に1～2週間程度の解約権を与え、その解約権が行使される限度では違約金等々の請求については控えるという条項を設けている場合であれば、仮に検討時間を不当に制限し、また、その規約に依じなければ当該利益を得ることができないと告げて契約したとしても、当該期間が経過すれば、検討時間の不当な制限を理由としては取り消せないという規律も考えられる。
- 例えば、結婚式場に関して深夜1時まで勧誘したという事例だと、家に戻って1～2週間程度、十分に検討する時間を与え、それが経過してもなお解約されないのであれば、通常、取消権の期間として設けられている6カ月や1年などの期間が経過しなくてもなお検討時間の不当な制限を理由としては取り消せないものとするというタイプの規律もあり得る。
- 幻惑で捉えられているものの中には困惑の逆類型と整理できるものがあるという示唆を頂いたが、結論として困惑でいくべきかという考えか、別類型でいくべきかという考えか。
- これは概念の問題であり、「困惑」の中に含めてもよいと考えている。現

行法においてもデータ商法が困惑類型に入っている。これは、現在は一定の人間関係があるがそれを破壊するという形で、不安をあおるというものではあるが、心理的な状態としてはその関係の維持という利益に注目しているとも見ることが出来る。つまり、現行法で「困惑」と整理しているものは、表面上は不安という形で、不利益の側面に中心的に注目しているものと考えられる。

- しかしながら、消費者契約法第4条第3項に各号が加えられたことによって、困惑類型については不安の裏側である期待をあおる場合への拡張もにらんだような形での拡張が既に行われていると見ることが出来る。その意味で、「逆類型」についても「困惑」の一つという形で考えて良いと思う。

- 11ページの枠囲みの中で記載されている「検討時間を不当に制限し」という場合に取消権を設けるということに関して、直前の説明の中で、クーリングオフとの類似性についての言及がある。ここで取消権を設けるというのは、例えば、クーリングオフのような形でかなり短期間に行使期間を制限した取消権を設けるという話なのか、それとも他の取消権と同様のものを考えているのか。

- この部分は、クーリングオフに近いものを考えている。ただし、どういう制度設計にするかについては、現行法の取消権のようなものも考えられるし、それとは違う形でクーリングオフに近づけたような取消権を構想することもあり得る。

- 技術的な話になるが、そうした規定を設けるときに、端的に2種類の取消権と撤回権を設けるのか、それともクーリングオフのような解約権が与えられているときは別であるとして取消権を除外するのか。機能的には同じだけれども取消権としては一本化という設計もあり得る。ただ、（他法律では）十分な判断ができないような状況に追い込んで契約するケースについては、クーリングオフ的な、短期の考え直す機会が与えられることで、救済が手当されているものと考えられる。

ウ 困惑類型の包括的規定（考え方Ⅲ） について

- 業法とのリンクはぜひ検討を進めるべきではないか。消費者契約法には包括性という観点からの規律を設け、その具体化は別のところに委ねるという

やり方もあることは、従来から指摘されていた。個別の立法や、ソフトローと呼ばれるガイドラインや業界の自主的な取組を促し、あるいはこれらを受け止めるという消費者契約法の役割を体現する形になるのではないか。

- 民法でも、例えば、公序の概念等に関連して、第90条において、行政的な規制における規律を一つの考慮要素として取り込んで民事的な効力を判断することが見られる。とりわけ、今回の提案で対象としている業法は、契約締結過程の適正化のために設けられた個別具体的な行為態様に関する規律であり、このように行政的・公法的な規律と私法が相まって同じ内容・目的を実現していくという公法・私法の協働も一種の流れだと思う。いわば民事におけるハブになるものとしての消費者契約法の役割を展開することにもなる。

- 各業法における禁止行為のようなものに民事効を付与するときの民事ルールのスタンスとして、意思表示の瑕疵に着目した取消規定なのか、それとも公序良俗的なものを消費者契約法に落とし込むのかというところは精査すべきである。また、法制的な観点では、現在の消費者契約法第4条第3項には事業者の主観的要件や消費者側の対応が比較的精緻に細かく列挙されているので、今回の提案がこれらを包括したといえるのかが気になる。業法の禁止行為に着目するという点と、消費者契約法第4条第3項を包括できるのかという問題は、分けて考えた方がよいかもしれない。

- 包括的規定の必要性に強く共感する。また、業法とのリンクに活路を見出そうとする方向性についても支持したい。

ただ、根拠づけは、これまでの議論の繰り返しだけでは難航も予想されるので、多面的な視点を入れて、内容を豊富にする必要があると思うが、その際には、先般の改正の問題点をしっかりと踏まえることもポイントの1つになるのではないか。規定の明確化に歩み寄った結果がどうだったのか、規定に包括性がないとこれだけ困るといったことをどこまで説得力あるかたちで書けるかが勝負だと思う。そのほかの視点として、紛争解決コストの抑制、社会状況の急激な変化、ネット取引やデジタル化の進展を見据えての提言なども考えられる。

- 業法とのリンクを考えるにあたっては、業法に基づく消費者保護の考え方に消費者契約法が指針を提供していると目される例があれば、それらを丁寧に拾ってみるなど、現状を整理してはどうか。

- 最近の消費者契約法改正について、規定を追加すること自体は良いものの、簡単に潜脱できそうな要件になっているとか、特商法的になっているといった指摘もあったところ。今後は、法第4条第3項各号を増やしていくよりは、

包括的な規定を設けた方が良いと考えている。

- 包括的な規定としては、「困惑」の包括的規定のほか、「誤認」や「困惑」等も含めたトータルな包括的規定を設けることも考えられる。しかし、後者は立法化が非常に難しいように思われることや、現時点で既に異なる性格の多様な困惑類型ができつつあることからすると、まず、困惑類型に着目して包括的な規定を設けることが現時点での一つのやり方ではないか。
- 業法とのリンクについても、禁止規定のみならず、積極的な情報提供義務等とのリンクづけも本来は考えるべきではないかと思うが、まずは、一つ歩みを進めるということはどうだろうか。
- 困惑類型の包括的規定について、事例5、事例6が対応するものとして挙げられている。しかし、事例5はブライダルフェアの話で、浅慮に着目する考え方で示された「検討時間を不当に制限し」というものが想定している事例であるように思える。浅慮に着目する考え方と、困惑類型の包括的規定という考え方がどういう関係に立つのか、整理が必要になるのではないか。
- 特に事例5については、先ほども、いろいろなものが混じっているのではないかという御指摘があったとおり、浅慮的に捉えている部分もあれば、困惑的に捉えている部分もある。よく精査する必要があると思っており、御指摘も踏まえて検討してまいりたい。
- 包括的規定を設ける際には、既存の規律はすべて例示であるという形で、それらが全てこれに含まれるようなものを立てるというやり方と、ベースラインとして一般的な規定を設けた上で、個別類型については必ずしもこれに当てはまらないかもしれないけれども、こういう特定の事情があるので網をかぶせるといって、少し張り出しているものがいくつかあるというやり方と、考え方としてはいずれもあり得るのではないか。後者のような、少し謙抑的に、少なくとも一般的にはこう言えるものであれば取消権を付与してもいいのではないかという限度で包括的な規定を設けることもあり得るように思うので、そのあたりに留意して検討していただきたい。
- 私も包括的規定を置くことは非常に良い考えだと思っている。他方で、もし事業者側から懸念が示されるとしたらどうかと考えていたのだが、なぜ民法第90条や詐欺等の民法の規定では足りないのか、なぜわざわざ新たな規定を設けるのかという立場であるのではないか。抽象的であるが、公序良俗のような一般的な規定よりも、消費者契約法にあえて置く包括的規定はこのく

らい限定された場面を想定しているということが分かるような説明があると良いのではないか。

- 包括的規定は、現在は「消費者契約を締結しないことを取引上の社会通念に照らして著しく困難にする行為」という、これでは何でもありといえるような文言が提案されており、今後、相当の精査を必要とすることになると思うが、全体的な方向性については、業法との連携も含め、かなり積極的な方向での意見を頂けたのではないか。

2. 取消権の創設以外の対応 について

- 努力義務規定の役割も今回の検討では指摘されてきたところだが、例えば、ジュリストの座談会²で経団連の方が努力義務では悪質業者に対するメッセージにはなり得ないと強調されていた。努力義務で対応不可能であることの整理と、誰にメッセージを届けるのかということは非常に重要な視点。仮にメッセージの対象が真っ当にやっている業者というのであれば、解説に何を書くかも含めて具体的に何をしてほしいのか、明らかにしたほうが良いのではないか。
- 取消権に関しては、民法の代理の枠組みとの抵触は考えたほうが良い。本人の意向に反さない形で回りの人が気が付いたときに対応ができるという適切な仕組みの構築が課題になる。
- 全体の議論の中で、競争法との連携や関連で、例えば、消費者契約法による情報提供や契約条件の透明化や適正化は、競争者間の競争の確保に働きかける側面もある。もし独禁法では個別の消費者の保護の視点が抜けていて、景表法では狭いという面があるのであれば、そういった視点も消費者契約法に取り込みつつ、何かできるのかというのは、すぐにではないにしても、検討に値する課題である。

【事務局から総括】

- 包括規定は永遠の課題というようなところあり、どこかで答えを出さないといけないという問題意識は常に持っている。

他方、委員から御指摘があったように、民法の規定との違いは一体何なのかということ明らかにしなければならない。資料2にあるとおり、消費者契約法は業法と民法の間にあると位置づけており、民法よりも早く社会情

² 山本敬三ほか「座談会消費者契約法の改正と課題」ジュリスト 2019年1月号 14頁以下

勢の変化にキャッチアップをして隙間なく対応をしないといけないというのが消費者契約法のミッションであるため、今回業法との連携について提案させていただいたところ。色々と御意見をいただいたので、それを踏まえて精査を進めて次のステップにつなげていきたい。

- また、例えば、アの判断力の不足という点は、消費者契約法第4条第3項第5号で判断力の不足の規定が設けられたことに着目している。ただ、これをどうやって契約内容の不適合性との問題とつなげるかについては様々な検討の必要がある。

「浅慮」、「幻惑」も、民法と異なる視点で消費者が陥る心理的な要素に着目して検討してはどうかということで、徳島の検討会以来、ずっと研究しているところ。

その中で、「困惑」という概念を一体どう考えるのか整理する必要がある。従来の「困惑」とはかなり様相を異にしているという中で、不利益ではなく、逆に利益を殊更に協調するパターンについて検討していくという方向性と考えている。

「浅慮」については、熟慮の反対ということであれば、取消権とは異なる、撤回権として構成していくという余地もあると考えて提案させていただいた。こちらでも、撤回権を設けるにしても、ターゲットを明確にすることが必要だと思うので、事例を精査した上で引き続き検討していきたい。

- また、資料3でPIO-NETの相談事例の分析を行った。あくまで仮のものではあるが、ある程度、本日の議論と近いような傾向がうかがわれるものであり、引き続き精査をしていきたい。

最後に事務局から次回の研究会について、6月27日(木)13時から、関係者へのヒアリングと「平均的な損害の額」についての議論を予定している旨の説明がなされた。