

消費者契約に関する検討会
第2回 議事録

消費者庁消費者制度課

第2回 消費者契約に関する検討会

1. 日 時：令和2年1月27日（月）15:30～17:30
2. 場 所：中央合同庁舎第4号館4階共用第4特別会議室
3. 議 題
 - (1) いわゆる「つけ込み型」勧誘に関する取消権等の規律について等
 - (2) 意見交換
4. 出席者
 - (委員)
山本敬三委員（座長）、沖野委員、垣内委員、河村委員、楠委員、小浦委員、
後藤委員、高橋委員、坪田委員、遠山委員、西田委員、平尾委員、山下委員、
山本龍彦委員、山本和彦委員（座長代理）、渡辺委員
 - (事務局)
坂田審議官、加納消費者制度課長、福島政策企画専門官
 - (オブザーバー)
国民生活センター、法務省、最高裁判所

【 1 . 開会】

○加納消費者制度課長 それでは、定刻になりましたので、第2回「消費者契約に関する検討会」を開催いたします。

委員の皆様には御多忙のところ御出席賜りまして、ありがとうございます。また、今年もどうぞよろしくお願ひ申し上げます。

本日は所用により沖野委員が遅れての御出席ということでございます。また、後藤委員は途中で御退席されるということでお伺いしております。

それでは、進行は山本座長にお願いいたします。

○山本座長 それでは、本日もよろしくお願ひいたします。

まず、事務局から資料の確認をお願いいたします。

○加納消費者制度課長 資料でございますが、本日はペーパーレス会議システムが利用できませんので、印刷したものをお配りしております。

議事次第に記載のとおりでございますが、順に資料1としまして「いわゆる『つけ込み型』勧誘に関する取消権等の規律について」という事務局資料。

資料2として坪田委員から御提出の資料。

資料3が遠山委員から御提出の資料。

資料4-1、4-2が平尾委員から御提出の資料でございます。

資料5で運営要領をお付けしております。

不足がございましたら、お知らせいただければ幸いです。

また、資料につきましてはスクリーンへの投映も行いますので、併せてご覧いただければと思います。

以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

議事に入ります前に、前回、所用により御欠席でした後藤委員及び山本龍彦委員から一言いただければと思います。

まず、後藤委員、お願いいたします。

○後藤委員 全国商工会連合会の後藤でございます。どうぞよろしくお願ひいたします。

○山本座長 ありがとうございます。

次に、山本龍彦委員、お願いいたします。

○山本龍彦委員 慶應大学の山本龍彦と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、議事に入りたいと思います。

まず、資料5の運営要領について、前回皆様に御了解いただきました修正を

反映したものとして御紹介させていただきます。

次に、本日は、いわゆる「つけ込み型」勧誘に関する取消権等の規律について検討いたします。まず、事務局から資料の説明をお願いいたします。

【2. 事務局提出資料の説明】

○福島専門官 それでは、事務局から提出しました資料1について御説明させていただきます。時間の関係でかなり思い切ってポイントを絞りまして、また、資料から分かりにくいところは補充しながら御説明したいと思っております。どうぞよろしくをお願いいたします。

資料1の3ページを見ていただきまして、本日のテーマである「つけ込み型」勧誘は、一言で言うと、消費者に合理的判断ができない事情、別の言い方をしますと、脆弱性があり、その事情を事業者が不当に利用して消費者を勧誘し契約を締結させるものとまとめることができるかと思えます。

この「つけ込み型」勧誘につきましては、後ほど少し詳しく取り上げますけれども、2016年、2018年に一定の手当てがされたところです。しかし、更なる手当てが必要になるのではないかという問題意識が2018年改正における附帯決議などで示されておりまして、これが検討する背景となっております。

4ページに参りまして、この検討会に先立ちまして、消費者庁では「消費者契約法改正に向けた専門技術的側面の研究会」を開催しまして、報告書が取りまとめられました。そこでは、基本的な考え方として、アプローチを多様化することが重要である。それから、5ページに参りまして、一番下の○になりますけれども、「要件の明確性」と「規定の汎用性」の調和が重要であるということをお提案いただいたところです。

これをどう受けとめるのかというところで、6ページに、この検討会における検討の方向性を書いております。2つ目の○にありますように、現行法の規律を踏まえつつ、なおかつ消費者被害の実態に照らして、つまり現行法と消費者被害の両方を見ながら、現行法では救済が必ずしも十分ではないところを補うような規律を設けることが必要ではないかという方向性が考えられるように思います。

では、現行法の規律がどうなっているのかというところで、7ページをご覧いただければと思います。表になっており、文章での説明がありませんので、ここは少し詳しく御説明したいと思っております。

まず、一番上の行に「消費者の事情」、「事業者の行為態様」、「契約内容」という3つの要素を挙げています。現行法の規律を全体として眺めますと、この3つの要素を組み合わせることで取消しに値するような不当な勧誘を切り出

していると言うことができるように思います。一番左の列の「類型」というところで規定を類型化しておりますが、「困惑Ⅰ」とありますように、まず、事業者が困惑状態を作出したと類型化できるものがあります。典型例で申しますと、「規定」の上から2番目にあります「退去妨害（2号）」というところにして、事業者が消費者を勧誘場所から退去させない、そのために消費者が困惑して契約をしてしまった場合には取り消すことができるという規律を定めています。これは、消費者を退去させないという事業者の行為には高い不当性があるため、事業者の行為態様のみをもって不当勧誘行為として取り出したものだと言えるかと思えます。

これに対して「困惑Ⅱ」というところが一番左の列にあります。これは、困惑状態を作出するという点は同じなのですが、合理的な判断ができない事情を利用しつつ、その上で困惑状態を作出したと類型化できるものではないかと思えます。典型例が、「規定」のうち「困惑Ⅱ」の中の一番上の「不安をあおる告知」というところにして、まず、社会生活上の経験が乏しい、それによって願望の実現に不安を抱いている、そういう消費者の事情があります。そういう事情を事業者は知りながら、不安をあおって、「願望が実現するためにはこの契約が必要なのだ」と告げたために消費者が困惑した場合には取り消すことができるという規律を定めているところになります。これは2018年の改正で入った規定になります。先ほどご説明した「退去妨害」と比べますと、事業者の行為態様のみに着目したのが「退去妨害」でしたが、「不安をあおる告知」のほうは、消費者の事情と事業者の行為態様を組み合わせることで、事業者の不当勧誘行為を切り出していると言うことができるかと思えます。

さらに、異なる組合せで考えているのが、一番下の行の「過量契約取消権」です。これまで御説明した困惑類型には、「契約内容」に関する要件はありませんでした。これに対して、過量契約取消権は、一番右の列になりますけれども、契約内容として通常分量等を著しく超えるものであるということを経験としておりまして、契約内容に不当性を見出しているところになります。このようなことを知りながら勧誘したという事業者の行為態様を組み合わせ、不当勧誘行為を切り出していると言うことができるかと思えます。

このように考えますと、「つけ込み型」勧誘に関する新たな規律を設けるに当たっては、消費者被害の実態に照らしまして、この表では足りない部分を、先ほど申し上げました消費者の事情、事業者の行為態様、契約内容の3つに着目しながら埋めていくというのが、一つのわかりやすい考え方なのではないかと思っております。

以上を踏まえて、各論としまして、研究会報告書で取りまとめられた3つの考え方それぞれにつきまして、検討したところを御説明したいと思います。

8 ページをご覧くださいと思います。8 ページ以下がまず判断力というところでございまして、研究会報告書の提案は右に書いてありますとおりで、判断力の著しく低下した消費者が、不当な内容の契約を締結した場合には、契約を取り消すことができる旨の規定を設けるという提案でした。このうち②につきましては、(ア)、(イ)と分かれているところでして、消費者の生計に著しい支障を生じさせる契約について消費者に取消権を付与することを原則としつつ、(イ)として親族等の適当な第三者が、契約の締結に同席するなどの一定の関与をした場合には、これを考慮して取消しの可否が決まるような規律を設けるものとしているところでございます。

9 ページに参りまして、判断力不足についてどのような事例が問題になっているのかというところで、PIO-NETに2018年11月から「つけ込み」というキーワードを設けまして、事例を収集いたしました。その結果を御紹介しておりまして、まず、判断力の低下をどう捉えるのかというところで点線囲みの矢印の下のところになりますけれども、認知症というところに着目すると、契約締結の時点で認知症の診断を受けていたものは少数であったといえるように思います。

その上で、10ページに参りまして、幾つか事例を紹介しております。認知症の診断を受けていた事例を幾つか見てみますと、例えば、事例1-2が次々販売と言われているものでございまして、大量のものを売りつけているものになります。これに対して事例1-3は、契約の目的物は1個なわけですがけれども、電話しか使わないような人にスマホを売ったというものでございます。事例1-1は中古マンションを3つ売ったというものでございます。

11ページも事例となっております、こちらは研究会などで取り上げた事例を御紹介しているところでございます。先ほど御説明したものと重複するところもあるのでありますが、1-6は次々販売の事例、1-5はネットしか使わない人にプロバイダー契約を締結させた事例、1-4は少しまた違ひまして、事業者が土地を廉価で購入したというところで、給付の不均衡と言われるものが見られる事案であるかと言えます。

12ページに参りまして、では、これらの事案を踏まえながら、研究会報告書をどういうふうと考えていくのか、具体的に規律として考えていくかというところで検討の方向性として3つの論点をお示しさせていただきました。

1つ目が12ページでございまして、先ほど申し上げました組合せという観点から、判断力が低下しているという消費者側の事情のみならず、それを事業者が知りながら勧誘しているという事業者の行為態様に関する要件を設けることも考えられるところでありまして、どう考えるのか。

13ページに参りまして、2つ目は、契約の対象を「消費者の生計に著しい支障を生じさせる契約」としている部分について、パブリックコメントでは、こ

のような要件を設けますと、救済すべき事案が救済できなくなってしまうのではないかという御指摘をいただいております、この点についてどう考えるのか。

3つ目でございますが、14ページに参りまして、第三者が関与したか否かが取消しの可否に影響する規律を設けることについては、関与した第三者に生じる責任または悪質な事業者が濫用することへの懸念といった観点から御指摘がありますが、どう考えるのか。これらの3つを問題提起とさせていただいております。

以上が判断力の不足のところになります。

15ページに参りまして、次が「浅慮」、「幻惑」に関する規定になります。研究会の報告書では、「浅慮」につきましては、検討時間の不当な制限、「幻惑」につきましては、期待をあおる行為に関する規律が提案されたところです。

16ページに参りまして、まずここでも「つけ込み」をキーワードとする相談事例を御紹介しますと、2-1にありますように、薄毛の治療について時間を制限して焦らせて契約させた事例があったところです。

17ページ以下が研究会で取り上げた事例などを御紹介しているところですが、事例2-2は重病の人を急かして契約を締結させたというものです。事例2-3は同じ時間制限でも少し違っているものでして、チケット転売購入サイトで購入完了までの残り時間が表示されたため、早く焦って購入してしまった、しかし、実際にはほかの購入希望者がいない限り購入できないということではなかったという事例でして、この事案につきましては、昨年、消費者庁が注意喚起をしております。

18ページに参りまして、こちらは期待をあおる行為に関する事例を御紹介しております。事例2-4はデパート商法の事例で、旅行の約束をするなどすっかり信用して投資用マンションを購入したけれども、結局旅行はキャンセルになって疎遠になったというもの。それから、事例2-5は一口大家と言われているものでございますけれども、御礼を言いたいということで来訪を承諾したら、身の上話などをされて、少し気を許したところで投資の話が出てきたので、投資をしてしまったという事案を御紹介しております。

19ページに参りまして、「浅慮」、「幻惑」につきましても検討の方向性として幾つか論点をお示ししているところになります。まず(1)が消費者の検討時間を不当に制限する行為でして、勧誘の際に検討時間を制限することについては、例えば通常のタイムセール等、商慣習上許容されるものもあると考えられるところです。そこで、例えば合理的な判断ができないような極端な時間制限をする場合に限定する、あるいは付加的な要素を設けることが考えられるかと思っております。この後者、付加的な要素とした場合には、下の○になりますけ

れども、例えば事例に照らすと、検討時間の制限に加えて、消費者の不安を知っていたことを加えることで、不当勧誘行為として切り出すことが考えられるのではないかとしております。

20ページに参りまして、規律（効果）の在り方についてどう考えるのかというところも論点になるかと思っております。この点につきまして、少し研究会報告書の考え方を御説明しますと、「●」のところですが、取消権のみならず、クーリング・オフと同様の短期の解除権を設けることという提案もされたところでして、更には、取消権とクーリング・オフ特約を組み合わせるような提案もされたところになります。それがこの「●」の2行目以下でございまして、原則として取消権を定めつつ、例外としてクーリング・オフ特約を適切に定めて、しかもそれを消費者にわかりやすく表示した場合には、クーリング・オフ特約が優先して、クーリング・オフ期間が経過すると取消権は行使できなくなる。そういうルールもあり得るのではないかとという提案もされているところでございまして、これらを踏まえてどう考えるのかというところが論点になるかと思っております。

21ページに参りまして、（2）期待をあおる行為について、先ほど御紹介した事例のようなものに対応するために、消費者の期待をあおり、正当な理由がある場合でないのに、契約を締結すれば願望が実現する旨を告げることを不当勧誘行為として捉えることもできるのではないかとしているところでございます。

22ページに参りまして、最後になりますが、「困惑」に関する規定になります。先ほど表の形で困惑類型の規定を御紹介しましたが、研究会報告書の提案というところをご覧いただきますと、各号を包括する汎用性のある規定の創設と、それから、行政規制との連携というところにありますように、各種業法における消費者保護規定等を参酌するような規定を設けることが研究会報告書では提案されているところになります。

23ページに参りまして、ここもまず「つけ込み」をキーワードとする相談事例から御紹介しますと、若年者につきましては、事例3-1のように断り切れずに高額な情報商材を購入した事例が多く見られたところになります。また、事例3-2はデート商法で断り切れなかったというものでございまして、長時間の勧誘の結果、契約を締結してしまったという事例も見られたところです。

24ページに参りまして、これまで研究会などで取り上げた事例等を見ますと、事例3-3は強引にマンションを販売したという事案でございまして、右側のほうに参考という形で細かい字で書いているところですが、私生活または業務の平穩を害するという事で宅建業法違反の可能性もあるように思われるところです。その下の事例が事例3-4でございまして、強引に電話販売

をしたというもので、勧誘の継続禁止という点で電気通信事業法違反に該当する可能性があるようにも思うところでございます。

25ページに参りまして、検討の方向性というところですが、研究会報告書で示されました要件の明確性と規定の汎用性の調和という観点から、困惑に係る事業者の行為、1号から8号を類型化した上で、類型ごとに受け皿規定の創設を検討することが考えられるのではないかと考えているところです。ここは、時間が限られています。7ページに戻っていただきまして、先ほどの表に係る所です。

7ページが現行の「つけ込み」関係の規律をまとめたもので、困惑類型は1号から8号までであるわけですが、大きく括りますと「困惑Ⅰ」という形で困惑状態を作出する類型、「困惑Ⅱ」としまして合理的判断ができない事情を利用しつつ困惑状態を作出する類型と類型化できるように思います。このような類型を括り出すことができれば、個別の各号を潜脱するとか脱法的に免れるような行為を捉えることができるのではないかと思うところです。

そこで、25ページに戻っていただきまして、では、どういうふうに括るのかというところで、例としまして、「困惑Ⅰ」の類型で申しますと、消費者が契約を締結しないことを取引上社会通念に照らして著しく困難にする行為、または、消費者が目の前の状況を解消するためには契約を締結するしかないと思うような行為という括り方をしております。「困惑Ⅱ」の類型で申しますと、消費者の脆弱性を知りながらこれに乗じて消費者が契約を締結するしかないと思うような事項を告げる行為という形で、一つの叩き台と申しますか、考え方として書かせていただいたところになります。

26ページに参りまして、最後に行政規制の連携のところですが、要件の明確化という観点から、より端的に、いわゆる業法の趣旨を参酌するのではなくて、業法違反を参酌することが考えられるとしております。この点につきましては、パブリックコメントで業法違反を契約取消しと結びつける必要性やそれに伴う影響について慎重に検討すべきという意見をいただいたところでして、どう考えるかが課題になると思っております。

とりわけ後半は駆け足の説明になって恐縮ですが、私からは以上になります。ありがとうございました。

【3-1. 委員提出資料の説明（坪田委員）】

○山本座長 どうもありがとうございました。

次に、本日は、坪田委員、遠山委員、平尾委員から資料を御提出いただいていますので、それぞれ御説明いただきたいと思っております。恐縮ですが、意見交換

の時間を確保するため、約10分をお願いいたします。

それでは、まず、資料2について、坪田委員から説明をお願いいたします。

○坪田委員 それでは、資料2をご覧ください。全国消費生活相談員協会の坪田でございます。

まず、表紙の次のページをおめくりください。下のほうに「週末電話相談」とありますが、本日お示しします事例のほとんどは、私どものこれらの窓口で全国から寄せられた相談をピックアップしたものでございます。

それでは、次のページをおめくりください。多くの消費者被害は、消費者にとっては高額でありましても、裁判には馴染まない程度の額が多くなっています。こうした被害を回復する場の一つとして、全国に消費生活センターが設置されています。業法の活用もいたしますが、被害回復に関して言えば民事ルールとなりますので、全ての消費者契約をカバーしている消費者契約法を根拠に、対等当事者ではない消費者の立場、状況を踏まえれば、取引の公平性に問題があったのではないかなどということによって事業者の方に御説明をし、御理解いただくためのお話し合いをしております。

それだけに、まず、消費者、事業者、消費生活相談員にわかりやすい法律にしていきたいと考えております。改正によりまして、取消し要件が増え、不当勧誘行為、消費者の心理状態を細分化したルールは、一見、要件の明確化のようではあっても、実際の取引の在り様に合致しない場合もあり、むしろわかりにくい法律になってしまうことを危惧しております。

次のページに参ります。ここからは具体的な事例となります。正直申し上げて、この事例を類型ごとに考えていくことは大変悩ましく、そこからも少しわかりにくい状況があるのかなと感じているところです。

まず「判断力の低下」に関する事例でございます。事例1は、認知症の妻が電話勧誘で海産物などを買ってしまったという事例です。それから、事例2ですけれども、高齢者が布団の点検の訪問販売がきっかけで、300万円もする寝具類を契約した事例です。

次のページでございます。この事例につきまして少しコメントを書かせていただいております。「判断力が低下していることを事業者が知りながら」という要件について考えてみますと、事例1では認知症とありましたが、実際の多くの相談が認知症であるという医師の診断を受ける前の契約でございます。勧誘時間が短かったり、電話勧誘の場合など、そこで事業者の方が認知症であるとわかるのはなかなか難しいと思われ、結局、「判断力が低下しているとはわかりませんでした」となる場合が多くあります。こういった多くの被害に対応できるルールを考える必要があると思っております。

それでは、次のページに参ります。「生計に著しい支障を生じさせる契約」

という要件について考えてみますと、事例の海産物、また、高齢者にありがちな健康食品、布団類、これらの被害は生活保護を申請する、住居を手放すというところまでの被害には至らないことがほとんどです。とはいっても、生活の質は確実に落ち、例えばデイサービスの回数を減らしたり、食生活を切り詰めたりするなど、健康面に影響を及ぼしている事例が消費生活相談の中では見られます。生計の維持困難という最悪の事態になるまで救済の道がないという法律であると、消費生活相談では活用範囲が狭められるとっております。

それでは、次のページでございます。「第三者の関与」ということですが、日常の契約の場面で第三者の本人確認や高齢者等との関係性の確認は難しく、また、現在の複雑な家族関係においては、本人にとって適切な判断をしてくれる方なのか、難しい場合も想定されます。一方、第三者である同席者への負担が大きくなれば、やはり機能しないと思われれます。また、マルチ商法は、家族や親族、信頼できる友人から広がっていきます。これまでも大型事件となったようなマルチ商法では、家族、親族間で取引をしていた例も珍しくありませんでした。

それでは、次のページに参ります。8ページとなります。「判断力が低下していることを知りながら」という点で、相談を受けていて痛感していることがあります。それは、障害者の方からの相談でございます。高齢者は外見からある程度予測できますが、身体以外の障害をお持ちの方の場合です。自立することでひとり暮らしを始めたばかりで被害に遭って、相談にいらした方もいらっしゃいました。

真面目に働いている方であれば、決して多くはないですけれども、収入がありまして、また年金のある方もいらっしゃいまして、経済的には比較的安定しています。純粹で人を疑わず、額面どおり受け入れがちという傾向から、次々脱毛などのエステを勧められ、素直に契約してしまい、生活が苦しくなって相談に見えました。事業者の方は、障害があるとはわからなかった。にこにこ喜んでいた。不安につけ込んだり無理には契約させていないので、問題はないと最初は言っていました。障害者雇用が進み、地域で暮らすことが政策的にも打ち出されていますので、今後、高齢者以外に障害をお持ちの方の被害救済についても一層視野に入れる必要があると思っております。

それでは、次のページでございます。事例3、中古車に関する相談、そして、事例4は結婚式場の相談でございます。中古車は二つと同じものがないので、押さえておきたい気持ちが先走ります。それを助長するかのようクレジットの御案内をされています。また、式場は土日など希望を入れると数には限りが出てきてしまいます。このような中での契約をしている状況があります。

次のページでございます。事例5ですが、これは定期購入の例でございます。

これは色々なところで問題点を考える必要があると思いますが、「お試しは安い」と気持ちが行ってしまい、契約を早く促すような画面構成の中で、しっかりと表示までたどり着かずに契約に至ってしまうことがあると感じております。

次のページでございます。事例6、これは東京都消費者被害救済委員会発表の資料です。詳しい状況が記載されています。マルチ商法による投資のノウハウのUSBの購入で、仲の良い信頼している友人から、一緒に稼ごうと言われて契約に至っています。

そして、次のページでございます。事例7も被害救済委員会の事例でございますが、タレント・モデル商法、オーディション商法とも言われている事例です。良い人材なので、やる気があるなら最終面談をしたい。あなたは主役の顔だと言われ、うれしくなって、頑張りますと行って契約をしています。

それでは、次に、時間制限ということですが、一定の時間が必要なことは言うまでもありませんが、説明に幾ら時間をかけても、やはりわからない説明をずっとされているようであっては結局のところは理解に結びつかないということで、必ずしも時間が短い、長いという問題ではないと考えております。また、契約によっても必要な説明時間というのは異なってくると思います。そして、先ほどのUSBであるとかモデルの話でございますけれども、こういったものは決して儲かる、必ずデビューできるとは言ってはおりません。ただし、消費者がそういうふうな気持ちに当然なっていくような状況が作出されている。このあたりを何とか手当てができるような改正になっていけばと思っております。

「困惑類型の包括規定」について申し上げますと、事例8、事例9は、たくさんものをどんどん買ってしまいうわけですが、必ずしも同一商品ではない、同一種類ではないという事例です。

そして、15ページをご覧ください。こちらのほうは、メンテナンスに行かないといけないということでサロンに行くと、かつらを契約してしまうとか、デート商法での要件が厳しいということですが、この素振りを示したというところでは、今のところ救えないのではないかというような事例です。

以上ですが、最終的にこういった幾つか、どうしても落ちてしまうものは受け皿規定ということで設けていただきたいと考えております。ただし、それが本当の受け皿になるかどうかということは一つ一つの事例を多角的に考えた上で、余計なものを受け皿で拾う必要はないわけですが、逆に必要なものがこぼれてしまっっては使える法律ではなくなってしまいます。そういった意味で、消費生活相談の場で使うことができるような法律になるということを考えていると思っております。

以上、事例を通して御報告いたしました。ありがとうございました。

【 3 - 2 . 委員提出資料の説明（平尾委員） 】

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、引き続き、資料4について平尾委員から説明をお願いいたします。

○平尾委員 では、平尾から説明いたします。資料4-1と出ていますが、順番上、4-2、判断力の不足のほうを先に説明しようと思います。

時間の関係がございますので、事例を紹介いたします。この資料の5ページ目を示していただけれますか。以下、判断力の不足という観点で「つけ込み型」の取消しを検討すべき事例を紹介していきます。

1つは、生命保険の不適切勧誘事案です。既存契約を解約させ、顧客に不利な新契約に乗りかえさせるなどといった契約を結ばせていた事例です。報道になっている事例ですので、皆さんも新聞でよくお読みだと思いますが、被害者は「ゆるキャラ」や「半ぼけ」や「甘い客」等の隠語で呼ばれ、判断力の不足した高齢者などが狙い撃ちにされておりました。ひとり暮らしの高齢者が多数被害に遭っていたようでございます。また、「●●」としていますが、元政府系の大きいところですよ。ここの勧誘員なら大丈夫という信頼関係ですね。従属的な関係、こういったものも背景にあって、不当な契約が結ばされていたという事例でございます。

次の事例ですが、これはスマートフォン契約、先ほどの消費者庁のまとめられた事例にもあったと思いますが、スマートフォンを契約したら不要なタブレット端末や附属品とのセット契約だったというような事例があります。事例をちょっと簡単に読みますと、スマホを余り利用しない方が、通話、データ量ともに一番安いプランを希望すると、タブレット端末とのセット契約が必要と言われた。タブレット端末は不要と断るも、セット販売が必要と言われて契約に至ったというようなケースでございます。

次に、光回線の事例ですが、Wi-Fiとかああいったルータとかの契約ですけれども、これは実際に私が、被害に遭った人から相談を受けた相談員さんから相談を受けたという事例なのですけれども、もともと大手の光回線に加入しておりましたが、代理店から勧められて次々と光回線契約を締結させられたと。固定据置型のWi-Fiもあれば、移動式のWi-Fiもあつたりとかで、必ずしも契約内容が同種と言えるかどうかというところで争いがある事案でございます。ただ、こういった契約、これもひとり暮らしの高齢者の方が契約させられていました。高齢者の方にそんな移動式とか固定式とかいろいろ、そもそも必要なのかというような事案でございました。

次に、光回線その2とあるのはちょっと時間がないので省略させていただいて、身元保証契約というのを紹介させていただきます。事例ですけれども、身

元保証契約なのですが、これは身元保証支援とか日常生活支援、金銭管理支援、あるいは死後、死んだ後の事務の支援など、こういった様々なことをやりますよと契約書に記載されていて、入会金が72万、会費が別途月額1万円かかる。それ以外に実際に支援で活動するとその活動量、こういったものがタイムチャージの形で課金されていくというような事案でございました。

こういった契約というか後見実務に皆さん余り詳しくないのかもしれないですが、ちょっと説明しますと、将来後見になる人を選んで、また、それまでの間の生活支援契約というのは実は任意後見制度というのがあります。これは公正証書で契約をいたします。サービス内容をきちんと把握しているかどうか、これは公正証書ですから、公証人もきちんとチェックをいたします。公証人のチェックが入る任意後見契約という手法ではなく、単なる当事者間の契約で身元保証業務をする、こういった民間業者が多くあって、法規制もありません。前回申し上げたとおり、内閣府の消費者委員会のほうでも問題点が建議されています。

こういった事例なのですけれども、サービスをきちんと説明し、利用者が理解しているかというのは極めて疑問でございます。私が関わった事案ですが、本来履行不能な契約内容も含まれておりました。例えば、任意後見契約というのでは将来の後見人を選定することができるのです。それがメリットです。しかし、公正証書で結ばない限りそれはできません。家庭裁判所が後見人を選定する、これは法定後見というのですけれども、そういった場合と違うのですね。民間で契約しても後見人を選べないのです。

この点なのですけれども、契約内容は、本来家裁が選任した後見人が行う業務をあたかも業者が、私がやりますよといった形でやる。あるいは後見人がついたにもかかわらず、それを拘束するような契約内容。これはもともと履行不能な契約だと思いののですが、こんなことが書かれていたり、あるいは身元保証というと何か連帯保証人になるかのようなイメージがありますが、勧誘でもそのような勧誘をしておりますが、実際にやることといえば、連帯保証人にはなりません。単に施設契約、医療契約をしたときの緊急連絡先ですとか、そういったものになるだけなのに高額な費用を請求している。こういったものは利用者のニーズ、理解、これと実際行われている契約内容が本当に合っているのか。契約者の例えば動機部分と実際になされた意思表示の内容が合致しているのかと、こういった問題をはらみます。

事例④ですけれども、ガス小売自由化に伴う変更契約と書いていますが、これはガスに限らないですね。今はライフライン系は結構自由化されていますので、電気もありますし、これは契約変更するときのデメリットがきちんと説明されていなくて、変更したけれども自分の契約しようと思ったシーンと違うと

というような場面が多数あります。

こういった事例について、ページを戻っていただきたいのですが、4ページ目で若干要件化に当たっての一つの提案をさせていただきます。一言で言いますと、民法の動機の錯誤、これを消費者契約において再構成してみる。こういった要件化が考えられるのではないかと思い、提案の一例としております。

その類型で考えていきますと、要件、これは例えばなのですけれども、判断力が不足している消費者に対し、契約目的、動機に合致しない契約を事業者が勧誘し、契約させる。そして、この動機の錯誤と言われている部分についての事業者の認識を要件化するというような形です。消費者の合理的判断ができない事情を不当に利用するという要件化ですが、こういった事情を知らながら、認識しながら勧誘をしていくということであれば、それで要件は満たされると考えます。

動機の錯誤については、民法の改正のときに色々議論がされております。動機の錯誤を広げる方向もいろいろ検討がされておりましたが、最終的に落ちついた改正法がございます。そのときの議論も参考にしながら、消費者契約においては、消費者契約の趣旨あるいは判断力不足という事情に鑑みて、若干動機の錯誤を使いやすく、要件を消費者契約の場合は緩めて規定するという方向性があると考えております。これが判断力不足の方向の事例の紹介です。

もう一つ、時間がないので簡単にやりますが、資料4-1、期待をあおる行為でどんな具体的事例があるかを紹介しております。情報商材の事例が2ページ目と3ページ目にありますが、これは先ほど消費者庁の資料の中でも出ておりましたので、割愛をいたしまして、もう一つ事例で挙げているのが4ページです。事例②、これは定期購入と言われているもので、1回目は無料なのに高額な、高額というのは数万単位の話ではございますが、実は定期購入契約だったという事例です。1回無料なので効果を試せるのではないかという、こういった消費者の期待をあおって契約させるというような場面です。

実際の事例ですけれども、その後ろに実際の画面構成を示しております。これは痩せるものでしたかね。無料あるいは1袋分が無料と表示されて、こういう画面を見ながら次のページに行きますと、6ページですけれども、「1袋分を無料割引で申し込む」ですね。その期待どおりにここをポチッとクリックすると、もう画面は注文画面に飛んでいきます。このクリックした緑色の画面の下に、実は定期購入ですよというのが小さい字で書かれております。しかし、消費者はもう無料という言葉で、次のページに行くと無料割引、ここをクリックするともうあとは読むことができないのです。次の画面に飛んでいきます。

こういった定期購入のパターンですね。これは景表法の問題もちょっと絡み

ますけれども、1袋分無料といった強調表示と言われている、あるいはこれは僕はもう完全に矛盾表示だと思っておりますけれども、こういったものを強調して勧誘して、一定期間の定期購入が必要ですよという部分をいかに読ませないか。注意をそらしていくという類型だと思っておりますが、それで勧誘する手法でございます。

これは消費生活センターにいっぱい事例が来ていますが、あっせんをしても一切返金を受け付けません。交渉に応じようとしません。紹介した事例も、消費者団体から差止め訴訟を実際に起こしているケースでございます。現在、同じような事案に対しては、消費者庁による措置命令が多分激増していると思っておりますけれども、非常に問題がある事案で、これを消費者契約法できちんと取り消しができるようにしていくことが正に必要だと考えております。

事例の紹介としては以上になります。

【3-3. 委員提出資料の説明（遠山委員）】

○山本座長 ありがとうございます。

最後になりますが、資料3について遠山委員から説明をお願いいたします。

○遠山委員 では、資料3につきまして、御説明させていただきます。本日のテーマになっております判断力に関する規定、それから「浅慮」、「幻惑」、「困惑」に関する規定について、意見を述べさせていただきます。

まず第1に、判断力に関する規定でございます。高齢者の方の判断力というのは、一定の状態があってそれがだんだん下がっていくというものではなく、波があると言われておりまして、また、調子の良いとき、悪いときという波の出方が人それぞれに違うと言われております。ですので、そういった高齢者の方の判断能力の程度を図ることは非常に難しいと考えております。

また、認知症の方というのは色々症状があるようなのですが、その中核の症状とされるものが記憶障害でございます。勧誘とか説明をさせていただいているときにはきちんと理解いただいているなど考えられるような様子であったにもかかわらず、その説明した事実とか勧誘した事実、契約内容などについて忘れてたり、間違っって判断をしたりということがあると言われております。場合によっては契約した事実自体を忘れてしまうこともあるということのようです。

一方、医療ですとか福祉、介護の事業に従事されている方々というのは、お医者さんは特にそうですが、その相手の方が認知症であるということをおかた上で、医療サービスであったり介護・福祉のサービスを行っておられるということがありますし、金融機関でも通帳を何度もなくしたのだということであられるとか、特殊詐欺の被害を止めましたというようなことがあるなど、お客

様の認知症を疑うような事例がそれなりに多く出てきているということがございまして、判断力が著しく低下したことを知っているということだけで取消しとしますと、こういったサービスを安定的に行うことができなくなるおそれがあるのではないかと考えてございます。

そこで、消費者の判断力が著しく低下していた場合における取消権の新たな規律を設けるとしましても、まずは事業者側の行為を併せて要件としていただくことが必要だと考えてございます。

また、認知症の方御本人の意思をはかるということ、これがまた非常に難しゅうございます。家族の方などが関与されてこられる場合、その関与された方の意思が優先されて、高齢者御自身の意思や自己決定が軽んじられるおそれがあるとも言われてございまして、そういったことからしますと、契約内容に客観的な合理性があるということが重要だと考えてございます。

また、現在提案されてございます「消費者の生計に著しい支障を生じさせる契約」という要件でございしますが、高齢者の財産管理などをしていく中で、リバースモーゲージといった重要な財産を処分することになるということも実際でございますので、要件の設定については慎重に検討していただく必要があると考えてございます。

また、第三者の関与につきましては、御本人の意思とか自己決定の尊重の観点から慎重に検討する必要があると思っております。

続きまして、「浅慮」、「幻惑」に関する規定でございまして。「浅慮」につきましては、検討時間の制限ということが特に問題とされておりますが、問題とされ得る状況が各契約の特性もしくは目的などに応じまして異なるということが考えられると思っております。例えば検討時間の制限について、期間の相違、値下げの有無といったことのほか、事業者の自由な決定によるものか、もしくはそうではなくて一定の法則と申しますか、ルールに則って行っているものかということもございまして、また、事前に広告や公表されているものもございまして。

結局はそれぞれの契約でどの程度の検討時間を確保すれば不当な制限とならないのか、また、ほかに何をすればいいのかといったことが客観的に明らかにならなければ、スーパーのタイムセールなどで事業者が通常に行っている営業活動に過剰に影響を及ぼすおそれがあると考えてございます。

そこで「浅慮」について規定を設けるのであれば、例えば事前に告げることなく直ちに契約を締結することを迫るとか、値引きということも含まれるのだと思いますが、理由なく時間の制限を行う、もしくは時間の制限につき不実を告げるといった事業者の行為を要件とした上で、事業者の行為態様の不当性について厳格・明確に設定いただくことが必要だと考えてございます。

続きまして「幻惑」でございます。営業活動において広告やセールストークというのは不可欠のものでございまして、例えば、新商品の広告を行う際、当該商品の新しい機能などセールスポイントを中心に訴求することが広く行われてございます。また、商品やサービスの内容の御説明につきましても、お客様との間でその関心事項を中心に行うということは通常行っていることでございます。この点、「不安をあおる」とは異なりまして、「期待をあおる」ということについては、あらゆる営業活動がそれに当たるとされることが懸念されまして、その全てについて「裏づけとなる合理的な根拠その他の正当な理由」を求めることになりますと、事業者の通常の営業活動を過剰に妨げ、その結果、新しい商品やサービスを消費者が知るという機会を奪うおそれがあると懸念してございます。

そこで、「幻惑」について規定を設けるのであれば、事業者の行為態様の不当性について要件を厳格・明確に設定し、通常の広告やセールストーク等と明確に区別することが必要と考えてございます。

最後、「困惑」に関する規定でございます。包括規定の創設についてでございますが、今、消費者庁の資料の例に挙げられてございます「締結しないことを著しく困難にする」ですとか「契約を締結するしかないと思う」といったことは消費者側の事情であって、この提案の文言による包括規定では、事業者のいかなる行為が不当な行為として取り消され得るのかということが明確かつ容易には判断できず、予見可能性が著しく損なわれると考えてございます。

例えば消費者に対し、死亡、病気・けがなどの健康リスク、火災・水害などの災害リスク、盗難ですとか債務不履行など資産・金銭に関するリスクを認識していただいて、そのリスクに対応するためにニーズ喚起を行う業界がございしますが、それが「締結しないことを著しく困難にする」などに当たるということになり、争われることになりましたら、保険・保証・警備保障などリスクに備えるための契約に関する通常の営業活動に大きな支障を生じ、その結果、死亡・災害等のリスクが顕在化した際に消費者が必要な補償を得られないということが懸念されると考えてございます。

そこで、「つけ込み型」取消権の包括規定の創設には反対いたします。

最後に、各種業法における消費者保護規定等の参酌規定についてでございますが、これにつきましては、現行の判例、学説をもとにして行われています現行の実務に対し、大きな支障を生じることが懸念されることから、反対いたします。詳しくは3ページ以下から書いてございますが、こちらについては時間の都合がございまして省略させていただきます。

以上です。

【 4 - 1 . 意見交換（考え方 1 について） 】

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、以上の御説明を踏まえて意見交換を行います。議論が多岐にわたるところがありますので、分けて検討したいと思います。具体的には、事務局資料の整理に沿って考え方 1 から 3 に分けて御議論いただき、最後に全体について御議論いただければと思います。

まず、考え方 1 の消費者の判断力に着目した規定、事務局資料では 8 ページから 14 ページについて御意見、御質問等がありましたら御発言をお願いいたします。

平尾委員。

○平尾委員 3つの論点があるうち、まずは判断力のほうだと思うのですが、こうした要件立ての議論をする前に 1 つ、私なりの意見を言わせていただかないなと思っております。不当な行為、不当性を捕捉するための要件の明確化が必要なのは当然のことだと思います。ただし、ここで議論をしているのは民法の規律の問題だと私は理解しております。行政法規で要件化が求められるような話とは明確に異なるというのが私の理解でございます。これは前回の改正をした後に河上正二参考人が参議院の召致の中でも述べていたと思いますけれども、行政法規というのは行政措置を発動するためのものですから、要件が明確化される必要があります。罪刑法定主義ではございませんけれども、不利益処分をするのであればその構成要件が明確化されていなければならない。

しかし、消費者契約法のような法律、これは民法の一部でございますけれども、基本的にはその要件は裁判規範であって、裁判所が最終的に不当性を判断するというような構造になっていると理解しております。そうであれば、罪刑法定主義のような要件の明確化というのは、これは法体系から考えると違うのではないかと考えております。規範的な要件があるというのは民法の世界では普通でございます。例えば借地法ですね。正当の事由というのがあります。要件としてあるのは使用の必要性ですね。使用の必要性のほか正当の事由。借地法の要件はこれでございます。これが裁判所の判断の中で、この正当の事由とは何ぞやということで、判断考慮要素が色々と検討されてきました。そして、判例の中であらわれた判断考慮要素、これを明文に落とし込もうということで現在の借地借家法ができ上がっております。

要件の明確化という場合、私の理解では、規範的要件の中で例えば例示を挙げる。ここで言う使用の必要性ですね。それから、もう一つは、判断考慮要素を明確化する。これが民法の世界で言うところの要件の明確化だと、私は理解しております。ほかの法律でも、例えば PL 法で言うところの「欠陥」も、当

該製造物が通常有すべき安全性を欠いているということでございますが、「通常有すべき安全性」について判断するために判断考慮要素が明文の中で規定がされております。こうした要件の明確化ということを考えるに当たっては、判断考慮要素をきちんと明示する、あるいは例示をしていくというような方向性が本来あるべき姿ではないかなと考えております。

そのことをまず意識した上で、不当性、不当な行為をどう捉えるのかということも議論していければいいかなと思っております。必ずしも著しい判断力の低下とか著しい不当というような要件ではありません。民法で、例えば先ほどの借地法では、著しい使用の必要性なんて誰も言いませんし、PL法で安全性を欠いていることを、著しく安全性を欠いているなんて誰も言いません。こういった要件で明確化して適用場面を狭めていくというのは、本来民法が予定している要件の明確化ではないと私は考えております。そのことを前提に要件の明確化について、まず議論すべきということを考えております。

もう一言だけ。前回、沖野先生が言われたように、例えば判断考慮要素を最初の立法時に上手く書けないという場合は、例えばソフトローと言われるガイドラインに落とし込むとか、そういう考え方で私は良いのではないかと考えています。その上でしっかり裁判で不当性をきちんと事例ごとに判断して、その集積を待って、それが明文化できるのであれば借地借家法のように明文に落とし込む。こういったことをまず考えるべきではなからうかと思っております。

○山本座長 ありがとうございます。

河村委員。

○河村委員 法律のテクニカルな話はわからないところがあるのですけれども、今の話、規範とか不当性というお話が出ていたので、法律というよりは経済学、つまりもう少しざっくりとした見方をさせていただくと、まず経済学で考えているのは、そもそも契約が取り消されるか取り消されないか。どういう契約が取り消されるべきで、どういう契約が取り消されない、そのまま履行されるべきかという判断で、経済学では非常に明快な基準がございまして、それは売り手、買い手の双方が得をするということに尽きます。経済学的にはこういった契約が履行されるべきで、両方が特をしなないというような契約は履行されるべきではないということになります。これは学術的にはパレート最適という効率性概念を使って、このような簡単な原則が導かれるというふうに思っていたければと思います。

非常に単純な考え方ではありますが、そういう考え方から判断力低下ということを見ると、どういうことかということ、そもそも消費者が自分にとって得になる契約であるかどうかというのが何らかの理由で判断できないということになります。もし判断力低下によって、自分には得にならないような契約をし

てしまった。それは支払額が高過ぎるであるとか、そもそも買ったと思ったものが本人の自覚したものではなかったというようなケースにおいて、損をするような取引をしてしまった。そのこと自体が基本的には契約を取り消す根拠になり得ます。それは経済学的に考えて、なぜかという、さっき申し上げたように、それは両方が得をするような契約。つまり、売り手も買い手も得をするような契約ではないからです。

今までお話を聞いていますと、そもそもどういう契約を取り消して、どういう契約は履行されなければいけないのかという議論をもう少しこの場でも整理していただけると、法律の専門家の先生方から見れば何を言っているのやらという話になると思いますが、ちょっとそこが分かりにくいと感じました。

今出ている1の論点、最初の論点から考えますと、例えば今のような基準を用いて契約を履行すべきか、履行すべきではないかということ考えた場合、例えば消費者の生計に著しい支障を生じさせる契約を対象にするということは、これもよくわからない。つまり、両方が得をしなければいけないということを適用した場合、消費者の生計に著しい支障を生じさせるかどうかというのは、直接の関係はない話でございまして、経済学ではそういう考え方をしています。つまり、どういう契約が履行されるべきで、取消し可能であるべきかという視点で、経済学では非常に単純な、買い手、売り手、両方が得をするというようなことで考えておりますということだけ申し上げたいと思いました。

以上です。

○山本座長 どうもありがとうございました。

後藤委員。

○後藤委員 ただいま河村委員から三方良しというような商売の極意のような話をしていただきましたけれども、いわゆる「つけ込み型」勧誘についての議論というのは過去からずっと行われてきたかと思えます。要は消費者の脆弱性を知りながらそれにつけ込んで、誰が見ても不当な契約を締結する、こういう行為は、取消しをされるということで、誰も異論はないと思っております。

ただ、今のお話にもありましたように、一般的な取引を行ううえで顧客が認知症を患っているかどうかというのは、事業者にとって外見的に非常に判断をしにくい。認知症かどうかを一々御本人に問うということも、通常の売買の場合などでは難しい。事業者からあなたは認知症を患っていませんかというようなことは聞きにくいということもあると思っております。

仮に、後に認知症であったことで取消しになるとすると、取消ししていただきと言われたときに、契約からある程度時間がたってしまうと、それをまたもとへ戻すというのは商取引上なかなか容易ではない。やはり事業取引上の支障が出ることはなるべく避けていただきたい。特に我々のような規模の小さな事

業者団体の観点から見れば、それは本当に大きな問題になりかねないということだろうと思っております。

ですから、やはり前回も議論されておりましたけれども、少なくとも事業者側が脆弱性を知りながら取引をしたという場合は、当然のことながら取り消されるというのはよろしいかと思っておりますけれども、平成27年に消費者契約法専門調査会報告書のとりまとめで、過量契約取消権の追加がなされたと思っておりますが、その注釈に、消費者がレジに同種の商品を大量に持参しただけの場合や、家族が何人いるかわからない消費者が食材を大量に購入していっただけの場合は適用対象に含まれないという表現を報告書の中に入れていただいていたかと思っております。ですから、認知症を患っているから単に規制をして取り消せるようにするというよりは、少なくともどういう事案が取消し対象になるべきかということをもう少し明確にできるような議論をしていただければありがたいと思っております。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかに御意見はいかがでしょう。

渡辺委員。

○渡辺委員 ありがとうございます。

各論の1、2、3に入ります前に、前回も同じようなことを申し上げたのですが、一言申し上げます。産業界としても非常に悪質な事例を放置しておくことは望ましくないと思っておりますが、今日、事務局からも委員の方からも事例の御紹介がありました。いろいろ列挙いただいた事例に関して、今、重要な喫緊の課題というのが一体何なのか、どういう事例なのか。そういった事例に関して本当に現行法や裁判実務で対応できないのかどうかということについて、もう少し深掘った分析をしていただけないかなと思います。

今日の事務局からの説明でも、現行法での対応についても若干記述がございましたけれども、一部定期購入の問題なども現行法で手当てできるようなものもあるかと思っておりますので、その辺の整理というのをもう少しお願いできればというのがまず前提でございます。

その上で、各論の1のところの判断力の問題なのですが、遠山委員から御紹介いただいたコメントについては全面的に賛成なのですが、非常に悪質な事業者の行為というものを客観的に分かるような形で規定いただけないかなと思います。

そういう意味で、例えば消費者の判断力が不足しているかどうかを事業者が知っているか、知らないかどうか。あるいは契約の目的、動機に合致しない契約なのかどうかを事業者がどこまで知っているのかというようなことは非常に判断が難しいかと思っておりますので、例えば判断力に不安があるというよう

な漠然とした事実関係ではなく、後見開始の審判があるかどうかというような客観的な要件を設けるとか、何か事業者側の判断がもっとクリアにでき得るような形での要件の絞り込みを是非お願いできればと思います。

とりあえず以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

垣内委員。

○垣内委員 先ほどの河村委員の御発言に関して感じたことを少し述べさせていただきます。私自身は経済学は素人ですので、ちょっと誤解に基づいているところがあるかもしれませんが、基本的な経済学的な考え方が先ほど委員のおっしゃったようなことであるというのは私も理解できかなと感じているところです。問題が難しくなる要因としまして、1つには、個々人の効用の評価というものが非常に主観的なので、その人に本当に得になっているのかどうかということは、究極のところその人が判断すべき問題であるということで、客観的にどう判断できるのかという問題がありますし、また、損得の判断、効用についての評価が時間的に異なり得る。契約したときには得だと考えていたのだけれども、後から考えて、現時点ではそうではないという評価をしているときにどうかというような問題があるということで、そのことが問題を一段階複雑にしているのかなと思っております。

その上で、例えば「生計に著しい支障がある場合」というような限定を付することをどう位置づけるかということに関してなのですけれども、判断力が低下しているということであれば、効用の評価が合理的にできないのではないかとということで、そのような人が契約に拘束されるのはよろしくないということが一応出てきそうなわけですが、判断力の低下の程度というものが様々あるということで、現在の法律の前提としては、判断力がおよそ欠けている場合には意思無能力ということになりますから、契約によっては拘束されないということになるわけなのですけれども、そこまで行かない判断力の低下の場合に、どのような条件のもとで法が介入すべきかということが問題になっていると考えますと、客観的な合理性に欠けている度合いが非常に著しい。例えば生計に著しい支障があるということであれば、契約当時にもそれがさすがに合理的だと判断したとは言えないだろうということで、その場合に取消権を認めるというのも一つの切り口としてあり得るのかなと感じております。生計に著しい支障というのが本当に適切なのかどうかというのは、色々と議論があり得るところかと思っておりますけれども、そんなふうを感じているところです。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにはどうでしょうか。

では、山下委員。

○山下委員 今の垣内委員の御発言と少し重なる部分もあるかと思いますが、やはり高齢者あるいは障害者の消費者被害が深刻だという問題は確かにございますが、ただ、そうした高齢者や障害者といった人たちについても、契約をする自由というものについては一定程度必要でございまして、その中でそれを他人が、それはあなたには必要のないものだからということで判断をすることについては、ある程度は慎重な部分が必要かと思えます。消費者の自己決定という問題と消費者保護という問題をどのように調和をとるかということがここでは求められているのかなと感じておりまして、先ほどの生計に著しい支障という要件につきまして、これがこの文言で良いかということについては私自身もまだ定まった私見というほどのものはないわけですが、例えば高齢者の生活必需品のようなものの売買契約などについて、消費者保護の名のもとに取消権を与えてしまうと、高齢者が単独で契約をしようとしてきたときに、それに対して事業者側が取引を断る口実にならないかといった問題もあわせて考える必要があるかなと感じております。

以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

12ページをご覧くださいますと、判断力が低下しているという消費者側の事情のみならず、それを事業者が知りながら勧誘しているという事業者の行為態様に関する要件も設けることについてどう考えるかという問題提起がされています。事業者の行為態様の考慮は、事業者が知りながら勧誘していることに限られるとは思いません。ほかにもさまざまな可能性があるかもしれません。そもそもこのような形で要件を立てることが適切なのか。立てるとしてもどのようなものが望ましいのかということが問題提起されていますので、可能でしたら、既に御意見をお出しいただいていますけれども、さらに御意見をいただければと思いますが、いかがでしょうか。

では、平尾委員。

○平尾委員 要件の話に絞ろうと思いますが、先ほども事例の中で紹介させていただきましたが、私は契約目的、動機に合致していないというのは、民法の世界で動機の錯誤として取消し要件として整理をされている。これが前提としてあるというふうに考えるべきだと思っております。これを実際、契約目的、動機に合致しないということを民法のレベルから考えていきますと、やはりそれを認識している。民法では表示というような要件になっておりますが、表示したら認識できますので、これを認識という要件で構成していくというのが、あり得べき筋かなと思っております。

その中で、それ以上に付加的要件がどこまで要するのかということに関しては、

民法で定められているもの以上の要件を消費者契約法で果たして要求するのか。その視点はあくまでこれは民法の法律ですので、きちんと体系立った議論が必要だと思っております。例えば生計に著しい支障を生じさせる契約要件を付加するという考え方もありますが、これを付加して、果たして先ほど私が事例で申し上げた被害事例が救われるのかどうか。救われなかったら、それを救われなかったとして放っておいていいのか。放っておいていいというのが果たして、これは参議院で附帯決議が出ている問題ですよね。国会がきちんと手当てをしてくれと要請しているようなものでございます。その国会の要請にきちんと応えられているのか。

ちょっと話が大きくなりましたけれども、動機の錯誤で考えていきますと、民法はそういった要件を本当に要求しているのか。していないのであれば消費者契約法でそれ以上の要件は不要ではないのかというところも要件化を考えるに当たっては注意すべきだと思っております。

私の意見としましては、やはりここは判断力不足と合致していない契約。そこについて判断考慮要素をどの程度、どう書き込むかということは議論したほうが良いと思っておりますが、その上でその事情を認識の上で勧誘をして契約に至らしている。そういった事例が取消しできる。何が不当で何が不当ではないのかというのは、判断考慮要素として考えるべきものであるのではないかと考えております。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかに御意見は。

では、河村委員。

○河村委員 先ほど垣内委員から非常に的確な御指摘がございまして、正にどちらも得をするのが、契約が履行されなければいけないという単純な原則の裏には、では何が得かと。事業者に関しては、実はここで想定されている事業者は企業でございまして、規模の大小にかかわらず、得をするかどうかというのは利益ないしは何らかの数字で出されるものであります。しかしながら、消費者に関しては得をするかどうかというのは極めて主観的なものでございまして、この評価というのが経済学的に見ても当然重要なポイントになってくると思います。

経済学的な観点からこの要件を見ますと、客観的に消費者の主観的な評価、つまり得をするかしないかという評価を判断する材料としてこの要件というものが有り得る。つまり、要件を明示することによって、より客観的に消費者の主幹的な要素がわかって来る。本当に得をするものだったのか、契約締結時に得をする契約だったのかというのがわかってくるといような考え方をすると考えます。

以上です。

○山本座長 時間のことを考えますと、余り質問しないほうがよいのかもしれませんが、事業者側の行為態様という要件を課すことに積極的な意味があるのかないのかという点はいかがでしょうか。

○河村委員 それがあったほうが、一定の行為によって、消費者が得をしない契約を結ばれた蓋然性がより高いということになれば、経済学的にもこれは消費者が得にならない契約を結ばされたというような判断につながるもので、したがって、取り消すべきだということになると思います。

○河村委員 それがあったほうが、一定の行為によって、消費者が得をしない契約を結ばれた蓋然性がより高いということになれば、経済学的にもこれは消費者が得にならない契約を結ばされたというような判断につながるもので、したがって、取り消すべきだということになると思います。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにどうでしょうか。

遠山委員。

○遠山委員 先ほどお話した中で、契約内容が客観的に合理性を有することが重要だということで、御家族が関与された場合には、その方の意思が優先されるということも言われているとお話しさせていただいたのですが、判断力の低い方のニーズといいますか、意思をどう捉えるかが非常に難しいということ自体が、この問題の根本にあると思っております。動機を表示と言われても、それが次々と変わってしまう、今日はいいよと言ったものが明日違うという話になるとか、御家族一緒に来られたらまた別の結論が出てしまうというところで、何が確定的にその方の目的なのか、最終的に目指している動機の部分なのかということが、掴んだつもりで掴めていないという話になるのがこの事案の一番難しいところと思っております。

そういう意味で、事業者側の行為が悪質だということを要件として立てていただくことのほうが、不当な勧誘を行っているということが明らかになりやすいと思っております。先ほどのようなお話をさせていただいたところでございます。

もう一点、消費者庁の資料の9ページに、認知症の方ではなくて、認知症の診断を受けておられない方でも判断力が低下している可能性があるということが書かれておりました。後から診断を受けた場合でも遡って認知症であったということを推認できる場合もあるということを書いていただいている、認知症であれば取消し的前提は何となく満たしているという感じで書かれているのですが、意思能力があるかどうか争いになることは、実は生命保険の事例では

結構ございます。新契約の締結のところでもそうですが、受取人変更のときでも議論になることが多くございます。

その中で、認知症に罹患しているのだけれども、契約者の意思能力があったとされた裁判例もそれなりの数ございまして、例えば直近のものですと、名古屋高裁金沢支判平成27年1月28日、原審は金沢地裁小松支判平成26年9月20日です。これは受取人変更の事例でございますが、そういったものがございます。

結局、認知症に罹患しているか罹患していないか、判断力が低下しているか低下していないかということもあるのですが、その方の意思がきちんと表示されているのかどうか、表明されているのかどうかをどう押さえていくかという問題が非常に難しいというのが我々も悩んでいるところでございます。結局、裁判でお任せしないとはっきりしないということであれば、通常の活動の中でどういうことをやっていかなければいけないかということについて非常に迷いが生じてしまいます。そういったことも含めて、私法の規定であったとしても、事業者はちゃんとこういうふうにしなればいけないという形で日々の行動、事業活動というのを決めていくということをしておりますので、私法の要件を定めるものだということは重々承知しているのですが、それがあある意味、事業者の行為規範のような形で定められるものでなければ、事後的な解決しかできなくなってしまうのではないかと懸念しているということでございます。

また、今、受取人変更のお話をさせていただきましたが、消費者契約法というのは契約の締結に関してということで議論されていると思っております。一方、例えば、認知症と思われた方に受取人変更の話が出てきた場合にどうしたら良いのだとか、預金の引き出しの話が出てきたときにどうしたら良いのかという、契約の締結とは別だからそれは別の判断だということなのかどうかということも含めて、継続的契約の事後の対応についても恐らく影響することがあるのではないかと考えておりますので、そういう意味では少し幅広にどういった対策を採ったほうが良いのかということについては御検討いただければありがたいと思っております。

○山本座長 ありがとうございます。

よろしいでしょうか。

小浦委員。

○小浦委員 消費者の立場から言わせていただきますと、事業者の方にとっては契約の取消しというのは大きな問題だと思いますけれども、平尾委員からお示しいただきました資料4-2に事例が書いてありますが、実際にスマートフォンの契約ですとか光回線の契約、ここに出していただいているこういう被害事例は起きているわけですし、こういう事例をどういうふうに救済できるかと

いうことも、この検討会の大きな課題だと思っております。

法律立ての要件のところは非常に難しいと思うのですが、判断力の著しく低下したというよりは、やはりここに平尾委員が示してくださっている事例というのは、判断力の不足というところにつけ込んだといえますか、それを利用しての勧誘をしたような事例です。こちらのほうもぜひ視野に入れて検討していただきたいと思います。

○山本座長 ありがとうございます。

議論はこのまま幾らでも続けられるのではないかとと思うところですが、ほかに検討すべき事項もありますので、今日のところはここまでとさせていただきます。いただきました御意見については事務局のほうで整理をして次回お示するというところでよいでしょうか。

事務局から何かありますか。

○加納消費者制度課長 どうもありがとうございます。

御議論をお聞きしていて、そもそも論のところではやはりちょっと乖離があるような気がいたしまして、整理は試みたいと思いますが、平尾委員の御意見に対して、恐縮なのですが、結局、動機の錯誤の規定と何が違うのかという点が、お話をお聞きする限りではちょっとわかりかねたところがございます。単に民法の規定の焼き直しを消費者契約法にするというだけでは、そもそも立法になりませんので、何が違うのかという点を明らかにする必要がありますが、動機の錯誤の規定と何が違う規定を設けるべきなのかという点が、お話をお聞きしている限りではわかりかねたところがございますので、そういった点につきましても、もし補足していただくことがあれば、そこは踏まえて検討してみたいと思います。

また、河村先生におっしゃっていただいた、損か得かという議論でございまして、私も御議論をお聞きしてなるほどと思いましたが、片や後藤委員もおっしゃっておられたと思いますけれども、損か得かというのをどのように判断するのですかというところで、恐らく事業者の方からは、やはりそこをある程度はっきりさせてもらわないと、後で取消しだと言われても困りますという話が多分出てくるのではないかと気がいたします。

そうした場合に、損か得かという切り口もあるとは思いますが、例えば遠山委員などがおっしゃっていらっしゃいましたのは、行為態様の不当性などの別の切り口、要素が必要ではないかということであったかと思えます。

本日の私どもからの資料としましては、12ページのあたりで、例えば、認識というものを一定程度要件にするとかですね。ここは後藤準委員も、ある程度事業者が知りながら勧誘したということであれば取消し事由にすることについてはやぶさかではないという趣旨の御発言があったかとお聞きしました。これ

はかつて設けた過量契約の取消しも同じようなスタイルをとっておりますので、そういった観点の整理があり得るかというふうに私どもとしては考えておりました。

また、契約の内容につきまして、13ページでは生計に著しい支障を生じさせるもの。これは今日の御意見では必ずしも評判が良くなかったようでありますので、検討はしたいなと思っておりますけれども、他方で、どういった場合まで対象になるのか。山下先生の御指摘でありますと、生活必需品一般について対象にすることについてはちょっと影響が大き過ぎるのではないかという御指摘であったかと思っておりますので、そこは更に注意をしたい。

私どもとしては、やはり消費者契約法は消費者契約法の立ち位置がありまして、民法とも違う上、各種業法、細かい行政規制の法律とも違う。中間的なところに位置している法律だと思っております。もちろん民事ルールではありますので、できるだけ民法に近いルール化が、それはそれで望ましいとは思いますが、他方で事業者の予測可能性も確保する必要がある法律だと思っております。そこが抽象的なのか具体的なのかというのは、グラデーションは確かにあるところであります。昨今の改正ではそこがちょっと具体化に寄り過ぎていないかという批判があるのは承知しているところではありますが、そういった消費者契約法の立ち位置を意識しながら更に検討していきたいと思っております。

【 4 - 2 . 意見交換（考え方2について） 】

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、次に、考え方2の「浅慮」、「幻惑」という消費者の心理状態に着目した規定、事務局資料では15ページから21ページについて、御意見、御質問等がありましたら、御発言をお願いいたします。いかがでしょうか。

平尾委員。

○平尾委員 簡潔に申しますと、規定の導入には賛成をしているところでございます。事例としましては、例えば結婚式場の契約とかもありまして、今日中に契約しないと希望する日は確保できないとってその日のうちに仮契約ですかね。そういった事例もあります。

整理された事例では、事例2-3のチケットの事例もそうなのですが、必ずしも不安や悩みのある人といった場合に限定されないというか、それとはまた別にこういった検討時間を不当に制限する行為というのを検討する必要があるかなと思っております。

不当に制限するという中身ですけれども、ここは先ほど私の考え方、民法のルールということをおっしゃっていただきましたが、ちょっとそこと被りますので

割愛はいたしますが本来的には不当に制限するというのを信義則上認められないとか、商慣習上認められないと。これを判断考慮要素としてどういったものを明記するのかわからないのかというのが明確化というものだと理解しております。以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、ほかに御意見はありますでしょうか。

渡辺委員。

○渡辺委員 ありがとうございます。

論点の2のところなのですが、まず、先ほど申し上げたことと被るのですが、現行の消費者契約法の規定で対応できないかどうかということをもう少し整理いただければなと思っています。具体的には、例えば期待をおおる行為というものが現行法の断定的判断の提供で対応できる事案であるのかということですか、あるいは困惑に関しまして、断り切れないということが不退去監禁の条文で対応できる話なのかどうか、そういったことがもう少し整理いただけるとありがたいかなと思っています。

その上で、要件につきましては、やはりここは先ほど遠山委員のプレゼンにもあったのですが、事業者側からしますと、スーパーマーケットのタイムセールだけではなくて、例えば人気のある旅行パッケージとかチケット販売の場合に、買いたい人がたくさんいらっしゃる時に、ある一定の時間の間に判断いただかないと、その方が買わないのであれば次の方にぜひ買っていたきたいということは、悪質なビジネスではなくて通常のビジネスで行われている話でございますので、やはり通常の事業者がビジネス慣行としてやっていることに関して何か影響が出ないような要件になることを希望しております。

その上で付加的な要素として、消費者の不安を知っていたということを加えるという御提案もされているのですが、先ほどの繰り返しになるのですが、消費者の不安を知っていたかどうかというのは事業者からすると非常に判断が難しいのかなと思っていて、もっとより何か客観的に判断できるような形での要件の厳格化、明確化について、より一層知恵をひねっていただければなと思っています。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

高橋委員。

○高橋委員 ただいま御発言いただいた点と若干重なるかと存じますけれども、今まで金融商品販売等では、「幻惑」とまで言うかどうか、適切な定義と合致するか不安なところはあるのですが、確かに断定的判断とか、利益にな

りますよということと言うというのは、金融商品販売の世界では押さえられてきたことだと思っております。

ただ、消費者契約法は一般財のことも考えていますので、特に健康食品とかそういったほかの消費財に関してのプラスの広告について、余り行き過ぎたような期待感をあおるようなものに対して警鐘を鳴らすことを望んでいるのかなと私は理解をしております。

それと若干関係するのですけれども、以前の研究会でも再三申し上げていたことなのですが、消費者庁の資料の18ページにございます事例2-4、2-5などで顕著かと思うのですけれども、特に投資商品に関しまして、何らかの問題があるときには、どうしても損が出てしまったから文句を言うのであって、これがもし利益が上がっていたらばそうはならないというような可能性はどうしても否定できません。これは商取引法など、これはもちろんBtoBの商取引法なのですが、商取引法の世界では買い主が全くリスクを負わずに投資していると、売り主の危険において投機をしていると評価されて、余り良い評価ではない考え方なのです。けれども、そういった状況があり得るとしても、なおこの消費者を保護すべき事情があるとすれば、2-4の場合であれば何か人間関係の不当な利用なのではないかと思うわけです。それは「幻惑」とか「浅慮」の枠に入るかどうか定かではないのですけれども、何らかの事業者側の不当な行為がプラスされての類型なのではないかと思っております。

私からは以上です。

○山本座長 どうもありがとうございました。

ほかにはいかがでしょうか。

もう少し御意見をいただいたほうが次回につながりますので、後出しではなく、今お出しいただければと思います。

遠山委員。

○遠山委員 こういった場でお伺いする話なのかどうかわからないのですが、半分御質問になるのですが、「あおる」という日本語は悪いことばかり表現しているものなのかということにひっかかっている部分があります。「不安をあおる」ですとマイナスのものだという、不当な行為だということを表現していることになるような気がするのですけれども、単純に「あおる」は、辞書を調べてみますと、うちわで風を起こすという意味があったり、「人気をあおる」というのは良い意味で使っているということがあるようでして、そういう意味では、「期待をあおる」ということだけで不当な勧誘行為というものを表しているのかどうか、正直よく分からないと思ったところがあります。

そういう意味もあって、事業者側の行為というところをまた改めて申し上げているところがありまして、一般的な日本語の意味と法律用語の違いというの

はわかっているつもりではあるのですが、具体的な要件を考えていただくときには誤解のないような形で規定をつくっていただきたいと思います。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかに。

平尾委員。

○平尾委員 先ほどの事例紹介と繰り返しになるのかもしれませんが、情報商材のような事案や、今回出させていただきました無料お試し定期購入ですね。これは景表法違反になるかならないかはありますが、少なくとも現行法では取消しできませんので、こういったものを取消しという形で救済していくということは必要かと思っております。

事案から考えていくということではないかなと思っております。私は、これはやはり不当で、あおるという言葉が適切かどうかわかりませんが、期待させて結局不利益なところから注意を背けさせる。実際、これは書いてるので不利益事実の不告知とか不実告知でも難しい事案でございまして、こういったものは取消し対象にしていいのではないかと思っております。こういった事例、これだけではありませんけれども、色々な事例から要件を拾い出していくことをしっかり検討すべきだと考えております。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

まず坪田委員、そして河村委員。

○坪田委員 今、「浅慮」、「幻惑」なのかどうか、ちょっとわからないというような御発言もいただきましたが、実は私もたくさん事例をお出ししましたが、これが「浅慮」なのか「幻惑」なのか「困惑」なのか。高齢者の場合でしたら、判断力が低下というところは明らかなのですが、そうではない場合、これは判断力不足となるのか、そのあたりが非常に悩ましいところでした。

これを綺麗に分けるとするのはかなり大変な作業になってきて、そこに対する「浅慮」、「幻惑」等の共通認識というのなかなかとれないことによって、一生懸命わかりやすい使える法律と思っていながら、難しくなってくるのかなと感じております。

例えば、消費者庁の18ページにあります事例2-4のところ。今、御意見にもありましたけれども、「浅慮」なのか「幻惑」なのかはともかくとして、何らかの不当性があるということは明らかだと思います。だからこういった問題になったわけで、こここのところは男性と旅行の約束をし、だけれども、旅行はキャンセルになって疎遠となったということであれば、ここに何らかの通常の完全なビジネスライクの取引というところではないものが、この消費者側には

あったということで、その取引のときのバランスを欠いていたと言っただけなのか、ちょっと表現が難しいのですけれども、何らかの不当性があった。

こういった何らかの不当性をどういうふうに分類していくのか。それをどういうふうに要件立てしていくのか。そうすると消費者にも事業者側にも明確にわかってくるのかということころがはなはだ難しいと今、私は痛切に感じたところでは。

ただ、この何らかの不当だということころは、正常な安全・安心な取引をしていく中で尊重すべき感覚だと思います。感覚で法律はできないのですけれども、この何らかの不当性をどういうふうに要件として落とし込んでいくかということころで考えていくと、あらゆるところに共通した横串を刺して考えることができるのかなというふうに、今、思いました。

○山本座長 ありがとうございます。

では、河村委員。

○河村委員 再び経済学のぶしつけな話で申しわけないのですけれども、先ほどから申し上げている、消費者にとって少なくとも契約締結時に得であるか、得でないかということから考えますと、余りこれを「浅慮」、「幻惑」、「困惑」と類型化することに意味があるのかどうか。その観点からすれば、どういう意味があるのかなというのとは分かりかねるところがございまして、原則としては、消費者が自分の得になるかどうかという判断を見誤らせるような行為はいかないだろう。なぜかということ、非効率な取引を生んでしまう可能性が高くなるからです。

ただし、その原則をもとにして法律なり規則を運用する際にガイドラインとしてこういう類型はあるだろうなというのは何となく直感としてわかるのですけれども、どうもその上の段階でというか、何か規定する際にこういう類型をする必要というのは、私としては非常に難しいと感じます。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかに御意見は。

山下委員。

○山下委員 先ほど平尾委員から御紹介がありました、高額の定期購入が1回無料であるかのように宣伝する例について、これが不当でないと思う人は余りいないのではないかと私自身は思っているのですが、ただ、この問題については、契約条件というか、ここでクリックをした場合にどのような支出を最終的に求められるのかということについての消費者に誤認を生みかねないような表示をすることで契約締結を勧誘しているということが問題ではないかと思われま

恐らく解約の問題というのが非常に大きくて、要するに解約がいつでもできるかのように誤認させつつ、実は解約ができない契約にサインをさせるというような形での不当勧誘の問題の一種かなと思います。研究会の報告書のほうで言いますと、「浅慮」のところでクーリング・オフの規定との組合せで取消権を規定してはどうかということで、一定の解約の期間というものを十分とった契約であれば取消しはできないけれども、そういったものではないというような契約については取消権を認めていこうという形で報告書では考えている。その「浅慮」のところの工夫といったもので、もしかすると対処できるかもしれないと考えた次第でございます。

以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

時間がかかなり厳しくなっているところで、迷わしいのですけれども、差し当たり、今、考え方2について御意見を伺いましたので、事務局のほうからお答えをいただけますでしょうか。

○加納消費者制度課長 ありがとうございます。

例えば、渡辺委員からは現行法での対応の可能性とかいう御指摘もありましたので、断定的判断の提供でありますとかそういったものでカバーできないかというところについては、もう一度整理をさせていただいて、やはり基本的な考え方としては足らざるところを補うというスタンスで検討していきたいと事務局としては思っているところであります。

それから、「あおる」という言葉の意味は何ですかという趣旨の御質問が遠山委員からございまして、ネットで調べますと、必ずしもマイナスばかりではないというようなところでありますので、日本語はもう一度精査する必要があるかと思いました。「あおる」という言い方がいいかどうかという点ではありますが、私どもとして問題意識を持ちましたのは、21ページで研究会報告書の考え方ということで、「●」であえて特出しするような形で御紹介をしておりますが、やはり本来注意すべきものは価格とか品質というところを見て、河村先生のお言葉で言うと、それが自分にとって損なのか得なのかというのをよく判断してもらって、最終的には損なのか得なのか自分でよく考えていただく前提としてしっかりと説明もあった上で契約するならそれでよしということだと思いますが、その本質的事項から注意をそらすと。不用意に喜ばせるとか、あおるというか何というか、言葉の問題はございますけれども、損か得かというのをきちんと消費者が判断することをさせずに、本質的事項から注意をそらすという点に問題の本質があるのではないかとございまして、そういう意味では、この後で「困惑」の議論がございましてけれども、「困惑」も置かれた状況から逃れたいがゆえに契約するとか、そういったものが規定されてお

りますが、そういう意味で「困惑」と本質は共通しているのではないかと。

ただ、困惑類型では困らせるという点であります。困らせているわけではないものをどういうふうに拾っていくかという点が私どもの問題意識としてありまして、究極的に言えば、損か得かが判断できないような行為についてということになるのですが、何をもってそれを言うのかというのをある程度予測できるようにしようということで類型化を試みているところであります。

ですので、問題意識は実は私ども、委員の御意見とかなり共有させていただくところはあるのかなと思っておりまして、あとは類型化にどこまでこだわるかというのはもちろんございますけれども、消費者契約法の世界で何か手当てをするとすれば、先ほども申し上げましたが、民法の規定とは違う独自の意味を持たせていきつつ、事業者にもある程度予測可能性を与えつつというところはどうしても避けられないところがございますので、それを踏まえつつということではありますが、やはり本質から外れないようにする。要するに、21ページのところあたりが本質だと思いますのでという観点で、更に検討していきたいと思っております。

【4-3. 意見交換（全体について）】

○山本座長 ありがとうございます。

考え方2の部分につきましては、いただいた御意見を事務局で整理させていただいて、次回以降の検討につなげていくこととさせていただければと思っております。

考え方3の「困惑」について御意見を伺いたいと考えていたのですが、残り10分という状況下で、どうしたものかと悩んでいるところです。どうしましょうか。これは次回に回したほうがよろしいでしょうか。

それでは、考え方3の「困惑」という消費者の心理状態に着目した規定、事務局資料では23ページ以下については、次回に御意見を伺うこととさせていただければと思っております。

ただ、残り時間が10分、貴重な時間が残っていますので、積極的に活用させていただければと思っております。今日お示したもののうち、考え方1の判断力に関する規定については、先ほど御議論いただきましたけれども、14ページをごらんいただきますと、ここでは、第三者が関与したか否かが取消しの可否に影響する規律を設けることについて懸念が指摘されているけれども、どう考えるかという問題提起がされています。この点について、先ほどは御意見を伺うことができていなかったように思いますので、特にこの点につきまして、御意見があればお出しただければと思っておりますが、いかがでしょうか。

沖野委員。

○沖野委員 ありがとうございます。

第三者の関与というのは、考え方自体は、判断能力が低下しているという点が問題であるならば、それをいかに補完できるかという観点からのものだと考えています。そしてまた、取消し自体は事後的な解決ですけれども、事前の予防ですとか行為態様について影響を与えるということも考えますと、例えば第三者が関与することによって、自分では言えなかったことが言えるとか、あるいは一旦ここは持ち帰って考えてみたらどうですかというような形で上手く運んでいけば、むしろ取消しをもたらすような契約締結自体について、熟慮はなかなか難しいと思いますけれども、もう少し考えてみるための機会ですとか助言をもらうための機会を得ることができるようになるというような観点もありますのでその点からも、第三者が関わった場合には一定の方向付けなどをしていくことが考えられるかと思えます。

ですので、そのような方向は考えていったほうがいいのではないかと思っておるのですが、他方でここにありましたような、第三者として関与する人がそのまま契約させてしまったじゃないかというような形で責任を追及されることは、かえってそれ以外の様々な場面での支援にも影響しかねないということがありますし、先ほどの事前に予防していくという観点からも望ましくないということがあります。研究会でもこの点は非常に議論になったところですが、それで直ちに責任を問われるようなものではないということを明確にしていくということは重要なのだろうと思えます。

それから、第三者が絡んでいるのだからもう関係ないでしょうということに対しては、これも当然事業者側の第三者であれば問題の解決には全くならないということがありますし、第三者が関わればセーフだということではないということで、第三者が関わることによって判断力の低下によってもたらされる問題状況が補完されていると言えるような状態であるのかという点から、第三者の関与を考えていくということですので、それに全く即さないような形であれば対象になりませんし、第三者が関与したら直ちにセーフということではなくて、そういったことも一つの考慮要素として入れていくということですので、その点をよりクリアにしていくべきではないかと考えております。

ただ、こういった御懸念が非常に大きいために、かえってマイナスの影響が出かねないということが本当に懸念されるのであれば、第三者の関与というのはある意味新しい点ですので、第三者自体を絞り込んでいく、例えば専門家ですとか、当然事業者側からの専門家ではない形ですけれども、そういったものから少し始めてみるというようなことも、最終的には考えられるのかと思っております。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

今の点につきまして、ほかに御意見はありますでしょうか。

沖野委員に確認なのですが、第三者を絞り込む場合に、消費者契約一般を対象にしたままか、それとも特定のものに絞り込むかというような問題意識はおありでしょうか。

○沖野委員 こういう関与の類型が有効的に働くのがどういう場合かという観点からの絞り込みも十分考えられると思います。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかに御意見はありますでしょうか。よろしいでしょうか。

あるいは、第1の考え方、第2の考え方、全体を通じて、先ほど言い足りなかったことや補足しておくべきことがありましたら、お出しただければと思いますが、いかがでしょうか。

小浦委員、そして楠委員。

○小浦委員 先ほど「浅慮」、「幻惑」のところで言えなかったのですが、17ページにありますように、研究会で取り上げられた事例をもとに今回、消費者庁さんのほうでこういうものを出していただいたことは、消費者としては受け入れやすいといえますか、感謝をしております。この点は賛成いたしますので、ぜひ進めていただきたいと思っております。

ただ、時間のところはタイムセールのことだけを言っているわけではありませんので、時間のことに関してはもう少し検討が必要かなと思っております。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

楠委員。

○楠委員 判断力の問題は非常に難しいと感じておりまして、先ほど河村委員がおっしゃるように、本来契約というのは両方にとってメリットがあるべきですけれども、恐らく購入してみなければわからないものは非常に多いと思うのです。実際に痩せると書いてあるサプリを飲んで痩せるかどうかというのは体質によっても変わってきますし、フィットネスクラブに契約をして、本当にちゃんと意思を持って通い続けられるかというのは本人の意思の問題もあるので、これは全部業者の責任ということになったら大変なことになってしまう。そういう意味で、契約というのは常に不確実性を伴うものである前提で、どういうものを悪質としてひっかけていくのかということでは非常に慎重に考えていく必要があるように思います。

あと、1点気になったのが、今回出されているケースの中で判断力が非常に低い人だからひっかかる類型のものもあれば、あるいはスマートフォンですと

かブロードバンド回線みたいなものは、正常な判断力を持った方であっても、業界についてとかマーケットの状況について十分な知識がなければ誤った判断をしてしまうものが相当含まれているように思いますので、そのところは、そもそも悪質でだますことを前提とした商品の場合と、売り手に悪意がなく、合理的判断ができる買い手であっても期待外れが生じ得るようなタイプのものというのは、ちょっと分けて議論をしていく必要もあるのかなと感じました。

【5. 閉会】

○山本座長 貴重な御意見をありがとうございました。

それでは、本日の会議終了時刻が迫ってまいりましたので、今日のところは議論はここまでとさせていただいてよろしいでしょうか。本日いただきました御意見は、事務局で整理させていただき、次回以降の検討につなげていきたいと思えます。

最後に、事務局から事務連絡等をお願いいたします。

○加納消費者制度課長 貴重な御意見を頂戴しましてありがとうございました。

次回ですが、2月10日月曜日の16時から、場所は今回と同じこの場所でございますけれども、中央合同庁舎第4号館4階共用第4特別会議室を予定しております。議題としましては、本日の続きということで「つけ込み型」取消権について検討いただくことを予定しております。

以上でございます。

○山本座長 ありがとうございました。

それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。お忙しいところお集まりいただきまして、どうもありがとうございました。