

消費者法における「個別消費者」重視の動向と「つけ込み型」不当勧誘規制の必要性—消費者契約法における一定の範囲に限定した法制度の立案

【成年年齢引下げを見据えた環境整備に関する関係府省庁連絡会議第 1 回幹事会資料】

平成 30 年 11 月 1 日

早稲田大学大学院法務研究科教授

後藤巻則

一 「個別消費者」への対応（顧客属性の考慮）の必要性

1 問題状況

消費者契約法（以下、消契法と略称する）において、消費者とは、「個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く）」をいう（消契法 2 条 1 項）。

この場合の「消費者」は、消契法の適用範囲の明確化という観点から、個人の属性を捨象した一般的・抽象的消費者を想定している。

これに対して、近時においては、個別の消費者の属性に着目した対応が要請されている。適合性原則として論じられるテーマもその手法の一つであると考えられるが、個別消費者への対応が今日の重要な課題である¹。

適合性原則＝取引（特に投資取引）を勧誘する際に、顧客の知識・経験・投資目的・財産状況等に照らして不相当と認められる勧誘を行ってはならないというルール。

＊消契法の適用範囲が消費者契約一般にわたるものであるが故に、一般的消費者を想定することで、かえってその規律内容が限定的に捉えられ、あるいは規律自体が断念されることが少なくない。→対象となる「消費者」の範囲を、いわゆる「脆弱な消費者²」など、一定の範囲に限定した法制度の立案といった手法が検討に値する。

脆弱な消費者＝高齢者・若年者・障害者等の特に配慮を要する消費者。

2 立法例

（1）消費生活上特に配慮を要する消費者（消費者安全法平成 26 年改正）

高齢者等の「消費生活上特に配慮を要する消費者」に関する情報提供を行うことができる旨を定め、個人情報等の第三者への提供を法的に可能とするものとし、地方公共団体が住民の見守り活動を行う環境を整備した。

（2）過量な内容の消費者契約の取消し（消契法平成 28 年改正）

過量な内容の消費者契約の取消規定（同法 4 条 4 項）が、「合理的な判断をすることができない事情」を有する消費者に特化した消費者保護を規定した。

（3）消費者に対する配慮義務

（ア）消費者の事情を考慮した情報の提供に努める義務（消契法平成 30 年改正）

¹ 川口康裕『『一般消費者』と『消費者』』消費者法 8 号（日本消費者法学会、2016 年）1 頁。

² 「脆弱な消費者」については、ノルベルト・ライヒ（角田美穂子訳）「EU 法における『脆弱な消費者』について」一橋法学 15 巻 2 号（2016 年）469 頁参照。

消契法3条1項においては、消費者と事業者の間に存在する構造的な情報の質及び量並びに交渉力の格差に着目し、事業者の消費者に対する一般的な情報提供の努力義務について規定されているが、その趣旨に照らすと、事業者の消費者に対する情報提供は、個別の消費者の事情についても考慮した上で実質的に行われるべきである。しかし、このような事業者の消費者に対する情報提供の場面における個別の消費者の事情の考慮については、消契法3条1項の規定からは必ずしも明らかでなかったため、この点を法文上で明示した。

また、このような個別の消費者の事情の考慮の程度については、当該消費者契約の目的となるものの性質によって異なり得るため、「当該消費者契約の目的となるものの性質に応じ」という点も、あわせて明記した。

(イ) 消費者の需要・資力に適した商品・役務の提供に努める義務

消契法平成30年改正で検討されたが、見送り。

消費者が消費者契約の目的となるものについての知識及び経験を欠いている場合には、事業者から情報提供されたとしても、高額商品の購入や役務の提供をしてしまうといった被害が報告されていることから、消費者の知識や経験に応じて、適切な形で情報を提供することのみでなく、「当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をする」ことについても検討された³。

しかし、「消費者の需要及び資力に適した商品及び役務」かどうかの判断は事業者側から困難である、商品及び役務の提供に配慮した結果、提供を行わないとすることは、結果として消費者利益を害する場面があるといった指摘がなされ、現時点ではコンセンサスを得ることが困難であった。そのため、この点については、当面は、不当な勧誘行為があった場合の取消しに関する規律による救済や、各業法における規律に委ねつつ、今後の課題として、必要に応じ検討を行うべきであるとされた。

二 「つけ込み型」不当勧誘規制の必要性

1 民法（債権関係）改正における暴利行為規定の審議と規定化の見送り

公序良俗違反の具体化としての暴利行為の明文化は、民法（債権関係）の改正において強く要請されたテーマのひとつであったが、法制審議会での審議の結果、見送りとなった。しかし、日本社会における高齢化の進展等を考えると、これが極めて重要な立法課題であることは疑いない⁴。

³ 専門調査会において消費者に対する配慮に努める義務が検討されたのは、内閣府消費者委員会成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ報告書（平成29年1月）を契機とする。そこでは、「事業者は、消費者契約を締結するに際しては、消費者の年齢、消費生活に関する知識及び経験並びに消費生活における能力に応じて、適切な形で情報を提供するとともに、当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をするよう努めるものとする」という提案内容が示されていた。同報告書7頁。

⁴ 民法の一部を改正する法律の成立に伴い、暴利行為の明文化を継続検討すべきだとする衆・参両院の附帯決議が付されている。暴利行為規定の見送りに至る経緯とその検討につき、後藤巻則「公序良俗規定の意義と機能」債権法改正と民法学Ⅰ（商事法務、2018年）

（１）公序良俗規定の改正審議

（ア）民法（債権関係）改正中間論点整理

公序良俗違反の一類型として暴利行為に関する判例・学説が蓄積されていることを踏まえ、一般条項の適用の安定性や予測可能性を高める観点から、暴利行為に関する明文の規定を設けるものとするかどうかについて、自由な経済活動を萎縮させるおそれがあるとの指摘、特定の場面についてのみ具体化することによって公序良俗の一般規定としての性格が不明確になるとの指摘などがあることに留意しつつ、更に検討してはどうか。

暴利行為の要件は、伝統的には、①相手方の窮迫、軽率又は無経験に乗じるという主観的要素と、②著しく過当の利益を獲得するという客観的要素からなるとされてきたが、暴利行為に関するルールを明文化する場合には、主観的要素に関しては、相手方の従属状態、抑圧状態、知識の不足に乗じることを付け加えるか、客観的要素に関しては、利益の獲得だけでなく相手方の権利の不当な侵害が暴利行為に該当し得るか、また、「著しく」という要件が必要かについて、更に検討してはどうか。

また、暴利行為のほかに、例えば「状況の濫用」や取締法規に違反する法律行為のうち公序良俗に反するものなど、公序良俗に反する行為の類型であって明文の規定を設けるべきものがあるかどうかについても、検討してはどうか。

（イ）民法（債権関係）改正中間試案

民法 90 条の規律を次のように改めるものとする。

（１）公の秩序又は善良の風俗に反する法律行為は、無効とするものとする。

（２）相手方の困窮、経験の不足、知識の不足その他の相手方が法律行為をするかどうかを合理的に判断することができない事情があることを利用して、著しく過大な利益を得、又は相手方に著しく過大な不利益を与える法律行為は無効とするものとする。

（注）上記（２）（いわゆる暴利行為）について、相手方の窮迫、軽率又は無経験に乗じて著しく過大な利益を獲得する法律行為は無効とする旨の規定を設けるという考え方がある。また規定を設けないという考え方がある。

中間試案（２）は、暴利行為の主観的要素を、「相手方が法律行為をするかどうかを合理的に判断することができない事情があることを利用」することと定式化し、相手方の困窮、経験の不足、知識の不足をその例示として挙げており、暴利行為の主観的要素を拡大することを志向している。他方で、暴利行為の客観的要素については、昭和 9 年判決が暴利行為による利益の獲得に注目していたのに対して、相手方の不利益をも問題とするという点で進展がある。もっとも、当該利益・不利益が「著しく」過大であることを要求する点では昭和 9 年判決の考え方が維持されている。

2 暴利行為裁判例の進展

暴利行為に関する裁判例においては、消費者取引や投資取引などの場面につき事業者が不当な勧誘手段により契約を締結し、利益を得るというタイプのものが増えている。

説明義務違反が問題となるもの、判断力が低下した状態を利用するもの、抑圧状態を利用するもの、人間関係（恋愛感情等）を利用するもの、適合性原則違反という観点から問題となるものなどがある。

○福岡地判平成 22 年 7 月 7 日消費者法ニュース 86 号 136 頁

「私人間の売買契約は私的自治の原則あるいは契約自由の原則により、原則として有効であることはいうまでもないが、顧客の年齢や職業、収入や資産状況、これらから窺われる顧客の生活状況、判断能力、取引対象商品の必要性、取引の頻度、総量や代金額、取引手法等の諸事情に、これらに対する販売者側の認識も加味した上、総合的に見て、社会的相当性を著しく逸脱したと判断される場合には、公序良俗違反により無効となる」。

○名古屋高判平成 21 年 2 月 19 日判時 2047 号 122 頁

販売会社は、「独身男性である X に対し、若い女性の販売員をあてがい、同女との今後の交際等を匂わせるような思わせぶりの言動をとらせ、好意を抱かせて勧誘に乗ってしまいやすい状況を作出した上で宝飾品の購入を勧め、更に複数名の販売員とともに長時間にわたり購入を勧誘し続け、X が購入をためらうと、威圧的な態度さえ示してその場から立ち去って帰宅することを困難にするとともに、X の貴金属等に対する知識の乏しさに乗じて市場価格ではそれ程でもない宝飾品を高額の価格で購入させるために、その当日に売買契約及びクレジット契約の各申込書に署名押印させて、申し込みの意思表示をさせ、帰り際に前記女性販売員が X に頬を寄せるようにして写真を撮る等して、翻意をしないようにさせ、翌日にクレジット会社…から契約意思の確認をさせ、これに同意するようにさせ、さらにその後も相当期間前記の女性販売員から電話やメールをさせ、契約の維持継続を強固にさせ（解消を抑制させ）たのであるから、これら一連の販売方法や契約内容（販売価格が本件宝飾品の市場価格に照らして不均衡である。）等に鑑みると、本件売買契約は、X の軽率、窮迫、無知等につけ込んで契約させ、女性販売員との交際が実現するような錯覚を抱かせ、契約の存続を図るという著しく不公正な方法による取引であり、公序良俗に反して無効であるというべきである」⁵。

⇒これらの裁判例は、判断力の低下、勧誘者との関係など、法律行為をするかどうかを合理的に判断することができない事情があることにつけ込んで、相手方の意思決定の自由を奪う点を問題視している。これは、契約締結過程の問題に重点を置いて暴利行為の判断がなされることを意味する。⇒暴利行為裁判例の進展は、意思表示の瑕疵に基づく取消しを認める消費者契約法において規律を設けることに適している。

⁵ 上告審である最判平成 23 年 10 月 25 日判時 2133 号 9 頁は、信販会社からの立替払契約の効力についての上告受理申立てに関する判断であるため、売買契約の効力についての原審の判断には立ち入らず、これを前提とした判断をしている。

3 消費者契約法の改正

(1) 平成28年改正

暴利行為と同種の問題状況に対応する制度として、過量契約の取消権（同法4条4項）が導入された。他方で、暴利行為に類する被害事例の中には、必ずしも過量契約と言えない事例も存在することが指摘され、こうした事例への対応について引き続き検討を行うべきものとされた⁶。

(2) 平成30年改正

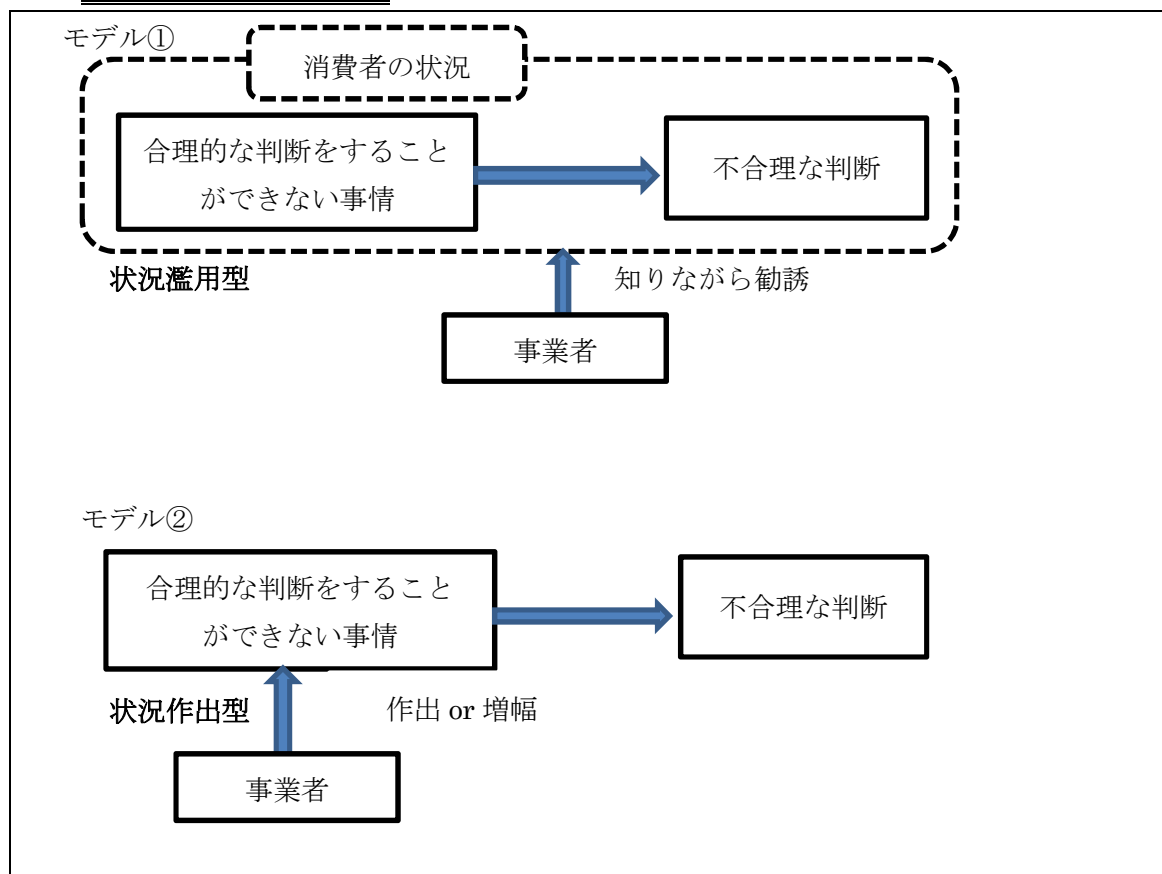
(ア) 改正審議

(a) 消費者の状況を知りながらの勧誘—状況濫用型（モデル①）

(b) 不公正な行為による状況の作出・増幅—状況作出型（モデル②）

⇒対象をモデル②に限定 *困惑概念の再確認＝例えば、「断り切れない状況を設定し消費者から合理的な選択の余地を奪う」…不退去・退去妨害と基本的に同じ状況⇒困惑取消しの活用⇒消契法2018年改正で、「困惑」取消しで対応。

⇒モデル①への対応が必要。



(イ) 改正法

消契法の困惑類型（同法4条3項）に着目し、「消費者の不安を煽る告知」という行為類型と、「勧誘目的で新たに構築した人間関係を濫用する」という行為類型を、困惑による取

⁶ 消費者契約法専門調査会報告書（平成27年12月）6頁。

消しを生ずる類型に追加することが提案され、この方向の法改正が実現した。

＊困惑類型の追加

①社会生活上の経験不足の不当な利用

(i) 不安をあおる告知

例：就活中の学生の不安を知りつつ、「このままでは一生成功しない、この就職セミナーが必要」と告げて勧誘

(ii) 人間関係の濫用

例：消費者の恋愛感情を知りつつ、「契約してくれないと関係を続けない」と告げて勧誘

(iii) 加齢等による判断力の低下の不当な利用

(iv) 靈感等による知見を用いた告知

②契約締結前における債務の内容の実施等

4 状況濫用型への対応

(1) 消費者契約法専門調査会報告書（平成29年8月）

消費者の取消権を付与して救済する規定、具体的には、「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、当該消費者の年齢又は障害による判断力の不足に乗じて、当該消費者の生活に不必要な商品・役務を目的とする契約や当該消費者に過大な不利益をもたらす契約の勧誘を行い、その勧誘により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」等といった規定を設けることについての可否が議論され、このような規定を設けることに賛成する意見も存在した。しかし、要件の明確化等の課題が解消されていないとの意見もあり、現時点においては消費者契約法上に新たな類型を設けることについてコンセンサスを得るには至らなかった。

＊過量契約の取消権の導入や、困惑類型の追加によってもなお対応できない被害事例も存在することが指摘されており、特に高齢者や若年者等の判断力の不足等を不当に利用し、当事者に不必要な契約や過大な不利益をもたらす契約の勧誘が行われた場合の契約取消権の導入が重要な課題となっている⁷。

(2) 消契法に若年者保護規定を導入することへの抵抗感とそれに対する対応策

(a) 抵抗感

顧客の属性を勘案する個別性のあるルールを消費者契約の一般ルールである消契法に導入することは不適切である。適合性原則に近いルールを想定すると、事業者は顧客の知識

⁷ 消費者契約法専門調査会報告書（平成29年8月）6頁。衆・参両院の附帯決議において、消費者が合理的な判断ができない事情を不当に利用して契約を締結させた場合の取消権の創設を、要件の明確化などの課題をふまえて検討を行い、改正法成立後2年以内に必要な措置を講ずることとされている。なお、消費者委員会平成29年8月8日付答申においても、「つけ込み型」勧誘についての取消規定を検討すべきとの付言が付けられている。消費者契約法の改正審議の経緯とその検討につき、後藤巻則「暴利行為と消費者契約法」社会の変容と民法の課題〔上巻〕（2018年）117頁以下。

や資産状況等についての調査確認義務を課すことにつながり、事業者のコストの問題のみならず、消費者の個人情報の流出の危険性がある。

(b) 対応策

調査確認という要素を仮に入れたとしても、若年者であれば定型的に判断できる。18歳、19歳、20歳といった年齢を確認すれば、当然ある程度財産などを持っていない、あるいは知識・経験・判断力も乏しいことは想定できる。事業者がかけるコストは年齢を聞くことくらい。

⇒若年者あるいは高齢者という顧客の属性に着目したルール化⁸（＝一定の範囲に限定した法制度の立案）であれば、ルール化が可能ではないか。

ただし、若年者の場合には、未成年者取消しは、親権者の同意の有無による。取消しを認めるかどうかは、個々の取引につき親権者の同意が期待できるかどうかという視点が必要になる。その意味では、「つけ込み型」不当勧誘規制につき、高齢者と若年者を分けて法制度を立案することも検討に値する。

⁸ 適合性原則との関係で、宮下修一「若年者の契約締結における適用性の配慮について」消費者法研究2号（2017年）63頁。