

# 契約取消権(4条)(2)

宮下 修一 Miyashita Shuichi 中央大学法科大学院教授  
博士(法学)。専門は民法・消費者法。消費者庁「消費者契約法の運用状況に関する検討会」委員等を歴任。



## 「断定的判断の提供」による 契約取消しの要件

今回は、前回に引き続き消費者契約法(以下、法)の「誤認」型について検討します。まず取り上げるのは、「断定的判断の提供」です。

「断定的判断の提供」を理由とする契約取消権を規定する法4条1項2号は、次の①～⑦をその行使の要件として定めています。事業者が、①「消費者契約」の②「勧誘」に際して、その③「契約の目的となるものに関し、将来における変動が不確実な事項」について④断定的判断を提供し(=「断定的判断の提供」、消費者が、⑤④によって誤認をし(断定的判断の提供と誤認の因果関係)、⑥⑤によって申込みまたは承諾の意思表示を行ったこと(誤認と意思表示の因果関係)。また、⑦取消しの意思表示も必要です。

このうち、①・②・⑦については前回の連載における検討内容と共通します。また、⑤・⑥については次回2項との関連で検討します。そこで、ここでは③・④を検討することにします。

## 「断定的判断の提供」とは

そもそも、日常生活ではほとんど耳にしない言葉である「断定的判断の提供」とは、どのようなものなのでしょうか。

例えば、証券会社の担当者が、顧客に対して

「〇〇会社の株式は値上がりして必ずもうかるから、買しましょう！」と強く勧めたとします。ここでは、担当者は、株式相場(株価)という、実際にはどう変化するか分からない不確実なものについて、確実に値上がりをするので決めつけた(=断定した)うえで、そのような自らの判断を告げて(=提供して)います。証券取引の知識も経験もある担当者がこのような発言をすれば、一般の消費者は、必ずもうかると誤解して株式を購入することも少なくないでしょう。『逐条解説』\*1は、このように「確実ではないものを確実であると誤解させるような決めつけ方」を「断定的判断」、また、それを告知することを「断定的判断の提供」と定義しています。

## 「断定的判断の提供」の 有無の判断基準

それでは、「断定的判断の提供」かどうかは、どのような基準で判断されるのでしょうか。『逐条解説』では、事業者の非断定的な予想や個人的見解を示すことは、「断定的判断の提供」とはならないとされています。具体的には、「この取引をすれば、100万円もうかる**かもしれない**」と告知することがその例として挙げられています。

しかし、文末に「かもしれない」や「だろう」といった、一種の可能性を示す言葉を付ければ、

\*1 消費者契約法逐条解説(2017年12月)  
[http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_system/consumer\\_contract\\_act/annotations.html](http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/annotations.html)

それだけで「断定的判断の提供」に当たらないと、それこそ断定してしまってもよいのでしょうか。例えば、事業者が、取引によって得られる利益を繰り返し強調した後に、「100万円もうかるかもしれない」と告げたのであれば、消費者は、むしろ確実に利益が得られると誤解する可能性が極めて高いといえるでしょう。

また、『逐条解説』では、消費者の判断材料となるような「エコノミストA氏は、『半年後に、円は1ドル=120円に下落する』と言っている」という発言のように、真実を告げることも問題とはならないとしています。さらに、過去のデータを参考にした仮定を明示し、それを前提とした試算を示して「今まで元本割れしたことはなく、試算を考慮すれば今後も元本割れしないだろう」と告げることは、試算の前提としての仮定が明示されているので、やはり「断定的判断の提供」には当たらないとされています。

しかし、そのような場合であっても、事業者の説明が全体として利益が確実に得られるというトーンであれば、むしろ前記の言葉はいずれも「断定的判断の提供」の一要素を構成しているといえるでしょう。

『逐条解説』の見解に対し、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かがポイントであって形式的に割り切るべきでないという見解もあります。「断定的判断の提供」の判断に際しては、前述したように、事業者の発言の言葉尻や体裁にのみ目を向けるのではなく、勧誘の過程における事業者の言動全体に目を向ける必要があるでしょう。

### 「将来における変動が不確実な事項」

次に、法4条1項2号では、「将来における変動が不確実な事項」(以下、「変動不確実事項」)

について「断定的判断の提供」をすることが要件とされています。条文上は、契約の目的となるものの「将来におけるその価額」と「将来において当該消費者が受け取るべき金額」の2つが例示されています。

『逐条解説』では、「変動不確実事項」とは、「将来において消費者が財産上の利得を得るか否かを見通すことが契約の性質上そもそも困難である事項」であるとしています。このような立場に対しては、およそ消費者契約の目的となるものに関するものであれば本号の対象とすべきである、さらに進んで、積極的な行為で誤認させる以上、契約が取り消されてもやむを得ないという本号の趣旨等からすると、「変動不確実事項」に限らず、事業者が断定的判断の提供によって誤認を惹起<sup>じゃっき</sup>すれば本号の対象とすべきであるという見解もあります。

本号の適用が肯定された裁判例は多数存在しますが\*2、特に注目すべきは、パチンコ攻略情報の売買契約で、常に多くの出玉を獲得することができるパチンコの打ち方の手順等の情報が「変動不確実事項」に当たるとしたものが散見されることです(例えば、東京地裁平成17年11月8日判決、『判例時報』1941号98ページ)。ここでも、パチンコの出玉は結果的には換金が可能である点を考慮すると、(それを正面から認めてよいかどうかという問題はさておき)確かに広い意味では財産上の利得に関連するとはいえませんが、通常の意味で想定されるところの財産上の利得を超えたものであるといえるでしょう。

ちなみに、易学受講契約とそれに付随する印鑑購入等の契約で、運勢や将来の生活状態が「変動不確実事項」であるか否かが争われた事案で、第一審(神戸地裁尼崎支部平成15年10月24日判決、『消費者法ニュース』60号58・214ページ[要旨のみ])では肯定されたものの、控訴審(大阪高裁平成16年7月30日、判例集未

\*2 裁判例の詳細は、宮下修一「消費者契約法4条の新たな展開(1)―「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巻2号(2010年9月刊)105～110ページを参照。

登載)で財産上の利得に影響しない漠然とした運勢や運命は「変動不確実事項」には当たらないとして否定されたものがあります。もっとも、控訴審では、結果的に公序良俗違反による契約自体の無効が認められています。消費者契約法上の立法趣旨に照らすと、条文上は必ずしも明示されていない財産上の利得を盾にして、民法上契約の効力が否定されるような取引にまで本号を適用しないという解釈論を展開することには、強い疑問を覚えるところです。

なお、『逐条解説』では、事業者が商品・サービスについての効用・メリットを説明する場合で、一定の前提(使用条件等)の下で客観的に見通すことが可能な情報を提供することは問題とならないとされています。もっとも、そうした前提を単に示すだけで効用等を強調した説明をするのであれば、そうした効用等は依然として「変動不確実事項」に当たると考えられるでしょう。

### 「不利益事実の不告知」による契約取消しの要件

「不利益事実の不告知」を理由とする契約取消権を規定する法4条2項は、次の①～⑨をその行使の要件として定めています。事業者が、①「消費者契約」の②「勧誘」に際して、③契約の「重要事項」または当該「重要事項」に関連する事項(＝「関連事項」)につき、④消費者の利益になる旨を告げ(＝「利益告知」)、かつ、⑤「故意」に⑥消費者の不利益となる事実を告げないこと(＝「不利益事実の不告知」)／ただし、⑥'④利益告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものであること)、消費者が、⑦⑥によって誤認をし(故意による不利益事実の不告知と誤認の因果関係)、⑧⑦によって申込みまたは承諾の意思表示を行ったこと(誤認と意思表示の因果関係)。また、⑨取消しの意思表示も必要です。なお、事業者が消費者に事実告知をしようとしたにもかかわらず消費者が拒絶した場合には、本項は適用されません(これは、事業者側

が主張立証すべき抗弁事由です)。

上記のうち、①・②・⑨については前回の連載の内容と共通します。そこで以下では、③～⑧の要件を取り上げることにします(なお、紙幅の関係で、今回の連載では③の一部・④・⑥・⑥'のみ検討します)。

### 「利益告知」と「不利益事実の不告知」

法4条2項が適用されるためには、「重要事項」または「関連事項」に関する「利益告知」と「重要事項」に関する「不利益事実の不告知」が必要です。

まず、「利益告知」について確認しましょう。『逐条解説』によれば、「関連事項」とは「ある重要事項」につながる事項を広く意味しますが、後述するように「不利益事実の不告知」の対象が限定されている関係で一般的・平均的な消費者を念頭に若干限定的にとらえられています(「重要事項」については、次項以降で詳論します)。また、「利益」とは、財産上の利益に限定されず、さらにここでは「一般的・平均的な消費者の利益」ではなく、「当該(＝個別具体的な)消費者の利益」の「利益」が問題とされます。

次に、「不利益事実の不告知」について確認しましょう。『逐条解説』によれば、「不利益」とは、前述の「利益」と同様に、必ずしも財産上の不利益に限らず、また、「当該(＝個別具体的な)消費者の利益」の「不利益」を指します。ただし、「不利益事実」とは、先行行為である「利益告知」によって当該事実が存在しないと一般的・平均的な消費者が通常認識するものに限定されます(この「認識」は⑦の「誤認」にあたります)。

ところで、うっかり見落としがちですが、「利益告知」と「不利益事実の不告知」は、条文上「かつ」という接続詞で結ばれていますので、条文上はどちらも必要です。この点を踏まえて『逐条解説』は、デジタルCSチューナーセットを購入する際に取付け機材が必要なことについてカ



タログにも記載がなく説明もなかったという事例を挙げて、この場合には「利益告知」がないので本項は適用されないと説明します。詳しい解説はありませんが、例えばこのセットを買えばふだん見られない番組が見られるようになるといった「利益」の「告知」をしていないので、要件を充足しないということなのでしょう。

これに対して、学説では、「不利益事実の不告知」は実質的には「不実告知」であり、この場合には先行行為である「利益告知」や後に検討する「故意」の存在にかかわらず取消しを認めるべきであるとして、立法のあり方自体への批判も存在します。裁判例を見ると\*3、「利益告知」を明確にせず、本項の適用を認めたものも散見されます(例えば、東京地裁平成21年6月19日判決、『判例時報』2058号69ページ)。

前記の事例でも取付け機材が別途必要なことは不利益事実ですから、仮にそれを知りながら告げないのであれば、それだけで非難に値する行動といえるのではないのでしょうか。そのことを考慮すれば、根本的に立法のあり方を改めるべきです。当面は、明確に「利益告知」がなくとも、取引全体における事業者側の態様を考慮して「不利益事実の不告知」の存在をもって本項の適用を認める可能性を追求すべきです。

### 「重要事項」をめぐる最高裁判決

「重要事項」については前回の連載でも言及しましたが、実は本項、さらに法4条1項2号の断定的判断の提供との関係で非常に興味深い最高裁判決(最高裁平成22年3月30日判決、『判例時報』2075号32ページ)が存在します。事案は、金の商品先物取引について、「将来における金の価格」が本項と4項(現5項)にいう「重要事項」に当たるか否かが争われたものです。最高裁は、以下のように述べて、これを否定しました。

「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』と明示されているのとは異なり、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る。

このように最高裁は、「重要事項」の範囲について、1項2号を引き合いに出しながら4項(現5項)では「将来における変動が不確実な事項」を含意する文言が用いられていないことからそのような事項を「重要事項」から除外するという、いわば「限定的解釈論」を採用しています。

しかしながら、そもそも1項2号は、あくまで「断定的判断の提供」に関する規定であって、同じ「誤認」型に属するとはいっても「重要事項」を問題にはせず要件自体が異なるのですから、「不利益事実の不告知」と同列に論じられるものではありません。また、本判決では、原告である顧客が同時期に他の事業者とも商品先物取引を行っていたことや断定的判断の提供の禁止の意味について理解しているかのような言動をしていたという個別具体的な事情が、判決の結論に影響した可能性もあります。その意味では、本判決の結論は、例えば商品先物取引には法4条2項は適用されないというようなかたちで一般化できるものではないことに留意が必要です\*4。

\*3 裁判例の詳細は、宮下修「消費者契約法4条の新たな展開(2)―「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巻3号(2010年12月刊)32～33ページを参照。

\*4 本判決の詳細は、宮下修「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巻1号(2010年6月刊)80～90ページを参照。