

契約取消権(4条)(5)

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。



2018年改正案の閣議決定・国会提出

2018年3月2日に「消費者契約法の一部を改正する法律案」(以下、改正案)が閣議決定を経て第196回国会(常会)に提出されました。連載第1回で予想したように、消費者契約法(以下、法)の再改正が本連載中に実現しそうです。

改正案を見ると、2017年8月に公表された内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会(以下、専門調査会)報告書(以下、2017年報告書)の提言を「おおむね」実現する内容となっています。連載第2回で紹介したように、法3条1項には、契約条項の作成に際して解釈に疑義が生じないように明確なものにする、また、事業者は消費者の知識・経験を考慮したうえで情報を提供する旨の文言が追加されることになりました。また、連載第5回で紹介したように、法4条2項に定める不利益事実の不告知を理由とする契約取消しの主観的要件が「故意」から「故意・重過失」に変更されることになりました。このほか、次回以降の連載で検討しますが、改正案には不当な契約条項とされる種類の追加も盛り込まれています。

ところが、驚いたことに、改正案では2017年報告書の提言とは異なる内容がいくつか含まれています。その一つが4条3項の改正案です。

4条3項改正案(1)

— つけ込み型不当勧誘

今回の改正案では、いわゆる「困惑」型に関する規定である法4条3項に、従来の1号(事業者の不退去)・2号(事業者による退去妨害)に加えて4つの号が追加されることが提言されています。このうち、3号・4号は、「合理的な判断をすることができない事情を利用した契約の締結」、すなわち「つけ込み型不当勧誘」のうち、前回検討した過量取引以外のものの一部を規定したものです。まずは、この2つの号の条文案を確認してみましょう(以下、下線は筆者が付記)。

三 当該消費者が、社会生活上の経験が乏しいことから、次に掲げる事項に対する願望の実現に過大な不安を抱いていることを知りながら、その不安をあり、裏付けとなる合理的な根拠がある場合その他の正当な理由がある場合でないのに、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が当該願望を実現するために必要である旨を告げること。

イ 進学、就職、結婚、生計その他の社会生活上の重要な事項

ロ 容姿、体型その他の身体の特徴又は状況に関する重要な事項

四 当該消費者が社会生活上の経験が乏しいことから、当該消費者契約の締結について勧誘を行う者に対して恋愛感情その他の好意の感情を抱き、かつ、当該勧誘を行う者も当該消費者に対して同様の感情を抱いているものと誤信していることを知りながら、これに乘じ、当該消費者契約を締結しなければ当該勧誘を行う者との関係が破綻することになる旨を告げること。

3号は、「不安をおおる告知」がなされた場合に取消しを認める規定です。消費者庁が公表し

た改正案の概要では、就職活動中の学生に、その不安を知りつつ、「あなたは一成功しない」と告げて就職セミナーに勧誘する例が挙げられています。また、4号は、「恋愛感情等に乗じた人間関係の濫用^{らん}」があった場合に取消しを認める規定です。改正案の概要では、消費者の恋愛感情を知りつつ、契約をしなければ関係を続けないと告げて勧誘する例が挙げられています。いわゆる「デート商法」がこれに当たります。

改正案の問題点・その1 — 適用範囲の限定

前記の改正案は、いずれも2017年報告書で提言されていたものがベースになっていますが、実は、それとは大きな違いがあります。法4条3項に追加する内容として提言されていたのは、次のような内容でした。

- ①当該消費者がその生命、身体、財産その他の重要な利益についての損害又は危険に関する不安を抱いていることを知りながら、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が当該損害又は危険を回避するために必要である旨を正当な理由がないのに強調して告げること
②当該消費者を勧誘に応じさせることを目的として、当該消費者と当該事業者又は当該勧誘を行わせる者との間に緊密な関係を新たに築き、それによってこれらの者が当該消費者の意思決定に重要な影響を与えることができる状態となったときにおいて、当該消費者契約を締結しなければ当該関係を維持することができない旨を告げること

両者は、一見すると、若干文言の違いや構成の違いがあるだけで大きな違いはないように見えます。ところが、改正案には、2017年報告書とは異なり、その適用範囲を限定するような文言が追加されています(双方の下線部分を参照)。

最も問題なのは、「社会生活上の経験が乏しいことから」という文言です。これを素直に受け取れば、社会生活上の経験が乏しい「若年者」の

みを対象とする、すなわち社会生活上の経験が一定程度ある「高齢者」は対象としないように読めてしまいます。

しかし、従来から展開されてきた、そして専門調査会でも議論が続けられてきた「つけ込み型不当勧誘」をめぐる議論は、決して若年者に限られたものではありません。たしかに議論の過程では、就職セミナー商法やデート商法が典型例として挙げられてきました。しかしながら、当初から念頭に置かれてきたのは、むしろ判断力が十分ではない「高齢者」や「障害者」でした。ただ、専門調査会での審議が続く中で、成年年齢引下げへ向けた民法改正の動きが加速してきたため、それに伴って増加が予測される若年成年者の消費者被害の対策を検討する過程で、「つけ込み型不当勧誘」があった場合の取消権を活用できるのではないかという議論が活発化することになったわけです。

専門調査会の議論の成果がまとめられた2017年報告書でも、適用対象を若年者に限定する提言はなされていません。むしろ、前記①の「重要な利益についての損害又は危険に関する不安を抱いている」、あるいは②の「緊密な関係を新たに築き、それによってこれらの者が当該消費者の意思決定に重要な影響を与えることができる状態となった」というのは、若年者に限らず、高齢者や一定の年齢を重ねた障害者を含む一般の消費者がそのような状況や状態に置かれる場合を指すものであると考えられます。

ところが、改正案では、前記のように「若年者」に限定するような文言が挿入されてしまいました。日本弁護士連合会も、改正案の骨子が公表された段階で、その会長声明において、高齢者に対する靈感商法などが改正案の適用対象とならなくなる可能性等を指摘し、「社会生活上の経験が乏しいこと」という文言を削除するよう強く求めています*1。

このほかにも、3号では、専門調査会の段階で

*1 日本弁護士連合会「『消費者契約法の一部を改正する法律案の骨子』についての会長声明(2018年2月22日)」
<https://www.nichibenren.or.jp/activity/document/statement/year/2018/180222.html>

は単に消費者の「不安」とされていた文言が「過大な不安」に変更されています。また、4号では、専門調査会の段階では、事業者と消費者間で「緊密な関係を新たに築き、……消費者の意思決定に重要な影響を与える」という客観的に判断可能な文言とされていたにもかかわらず、「消費者が、……好意の感情を抱き、……勧誘を行う者も……同様の感情を抱いているものと誤信していることを知りながら」、すなわち事業者の「悪意」という、消費者にとっては立証が容易ではない主観的な要件が付加されています。

専門調査会の段階では、これらの限定を付さないかたちでの提言をすることにつき事業者側の委員も含めて全体で合意がなされたにもかかわらず、それがまったく尊重されない結果となったのは本当に残念でなりません。そもそも、相手の不安な気持ちや自分との関係性につけ込んで取引を行う悪質な事業者を保護するような対応をすることは、消費者のみならず、一般の事業者にとっても許されるべきことではないでしょう。幸か不幸か、本稿が公表される段階(2018年4月中旬)では、まだ改正案の採決には至っていない可能性が高いと思われますので、少なくとも関係する委員の全員の合意によって公表された2017年報告書の提言に立ち戻って文言の修正がなされることが望まれます。

改正案の問題点・その2 — 事業者の行為が見られない場合への対応

もっとも、2017年報告書の提言自体にまったく問題がなかったかといえ、そうではありません。前記の2つの条文の新設へ向けた提言内容は、消費者の不安をあおる、あるいは消費者と緊密な関係を築くという事業者側の行為の存在を前提としたものです*2。

しかしながら、2017年報告書でも言及されているように、必ずしも事業者の行為が見られなくても、高齢者・障害者・若年者等の判断力が不足した状況につけ込んで不必要な契約や過大な不利益をもたらす契約が締結されることも少なくありません。そこで、このような場合に、より一般的なかたちで取消権を付与する必要があるのではないかという声は以前から強くありました。専門調査会でも当初から議論が続けられてきましたし、筆者も次のような立法提言を行ってきました*3。

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、年齢又は精神的な障害があること等を理由とする合理的な判断ができない状況を利用したこと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場合において、それによって当該事業者が不当な(〔代替案〕当該消費者契約と同種の契約を締結した場合に当該事業者に通常生ずべき利益を著しく超える)利益を得、又は当該消費者に不必要な(〔代替案〕当該消費者契約を締結しなかったのであれば生じなかったであろう)損害を生じさせたときは、その意思表示を取り消すことができる。

しかしながら、専門調査会では、要件が明確化されていない等の意見が強く、立法へ向けた提言がなされるまでには至りませんでした。ただ、2017年報告書では重要な課題として今後も検討を進めていくことが適当であるとされていますし、また、消費者委員会委員長の「答申書」(2017年8月8日付)でも、「合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させるいわゆる「つけ込み型」勧誘の類型につき、特に、高齢者・若年成人・障害者等の知識・経験・判断力の不足を不当に利用し過大な不利益をもたらす契約の締結が行われた場合における

*2 ただし、改正案4条3項4号は、2017年報告書の提言とは異なり、その文言上は事業者が消費者と緊密な関係を築くことは求めておらず、消費者の好意と誤信に乗じる(これを利用する)ことで足りるという書きぶりになっている。おそらく、同号では事業者の悪意という主観的な要件が必要とされることになったため、消費者に対する事業者の積極的な行動までは求める必要はないと判断されたのではないかと推測される。

*3 内閣府消費者委員会第4回成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ(2016年11月1日開催)において筆者が参考人としてヒアリングを受けた際に提出した資料「若年者の契約締結における適合性の配慮について」5ページ。
http://www.cao.go.jp/consumer/history/04/kabusoshiki/seinen/doc/161101_shiryou1.pdf
 このほか、宮下修「合理的な判断をすることができない事情を利用した契約の締結」『法律時報』88巻12号(2016年)43ページ、同「成年年齢の引下げに伴う若年者の契約締結における適合性の配慮について」『消費者法研究』2号(2017年)66～67ページも参照。

消費者の取消権」の付与が早急に検討し明らかにすべき喫緊の課題として付言されています。

前回の連載でも述べたように、「つけ込み型不当勧誘」により締結された契約の効力を否定する規定を設ける必要性があること自体は事業者・消費者ともに意見の一致を見ているのですから、前記の取消権の新設へ向けた再度の法改正に向けた検討の機会が設けられることが強く望まれます。また、その場合に新設される取消権は、事業者の行為の存在を前提としないものですから、それを前提とする「困惑」型として位置づけることは適当ではなく、法4条4項と同様に独立した「つけ込み」型として規定する方向で検討すべきでしょう。

4条3項改正案(2)

— 心理的な不安を抱かせる言動等

改正案では、法4条3項に、前記の2つの条文に加えて、事業者が消費者に心理的な不安を抱かせる言動や行動をして契約を締結させた場合に取消しを認める規定を、5号・6号として新設することが提案されています。具体的な条文は、次のとおりです。

五 当該消費者が当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をする前に、当該消費者契約を締結したならば負うこととなる義務の内容の全部又は一部を実施し、その実施前の原状の回復を著しく困難にすること。

六 前号に掲げるもののほか、当該消費者が当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をする前に、当該事業者が調査、情報の提供、物品の調達その他の当該消費者契約の締結を目指した事業活動を実施した場合において、当該事業活動が当該消費者からの特別の求めに応じたものであったことその他の取引上の社会通念に照らして正当な理由がある場合でないのに、当該事業活動が当該消費者のために特に実施したものである旨及び当該事業活動の実施により生じた損失の補償を請求する旨を告げること。

5号は、例えば、ガソリンスタンドで、顧客が依頼をしていないにもかかわらず、一方的にワイパーを交換して代金を請求する場合のように、債務を履行し、もはや元通りにはできないことを理由に強引に締結させられた契約の取消

しを認める規定です。また、6号は、例えば、無料だと思って不要品回収業者のトラックを呼び止めて引き取りを依頼したら料金を請求されたので断ったところ、わざわざ引き取りに来たのにこのままでは帰れないと言われたため料金を支払ってしまった場合のように、消費者のために特別な労力や費用を要したことを理由に強引に締結させられた契約の取消しを認める規定です。これらの条文案のもととなった2017年報告書の提言は、次のようなものでした。

①当該消費者が消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をする前に当該消費者契約における義務の全部又は一部の履行に相当する行為を実施し、当該行為を実施したことを理由として当該消費者契約の締結を強引に求めること

②当該事業者が当該消費者と契約を締結することを目的とした行為を実施した場合において、当該行為が当該消費者のためにされたものであるために、当該消費者が当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしないことによって当該事業者に損失が生じることを正当な理由がないのに強調して告げ、当該消費者契約の締結を強引に求めること

2017年報告書では、いずれも「当該消費者契約の締結を強引に求める」という文言がありました。これは改正案ではいずれも削除されています。おそらくどのような場合が「強引」といえるかという判断が難しいというのが、その理由でしょう。もっとも、改正案を見ると、いずれの条文もそのことを読み取ることができる書きぶりとなっています。

ただ、いずれも注意を要する文言が含まれています。まず5号については、2017年報告書の提言とは異なり、「その実施前の原状の回復を著しく困難とすること」という文言が挿入されています。しかしながら、仮に、物理的には原状回復が可能である、または困難ではあるが著しく困難ではない場合であっても、事業者が事前に債務を履行したことを理由に消費者が望んでいない契約を締結すること自体が、本来許されるべきではない契約締結行為であるはず。したがって、今回の改正の趣旨を踏まえれば、この文言は、本来は削除されるべきです。仮に残さ

れる場合であっても、物理的に回復が困難であるか否かという観点でとらえるのではなく、消費者の心理からすると現実的には原状回復が困難であるか否かという観点でとらえるべきでしょう。

また、6号は、体裁は異なるものの基本的には2017年報告書の提言の内容を維持するものですが、「取引上の社会通念に照らして」という文言が挿入されている点が異なっています。前回の連載で検討した法4条4項では、条文上は「社会通念」という文言はありませんが、消費者庁の『逐条解説』*4によると、通常分量等を著しく超えたか否かについては「社会通念」をもとに判断するとされています。改正案の6号にいう「社会通念」も、法4条4項に関する『逐条解説』と同様に、個別の消費者ではなく、一般的・平均的な消費者を基準に判断されることになるでしょう。もっとも、これらの場面に限らず、契約の解釈に当たって「社会通念」を考慮するというのはいわば当然のことですから、6号にいう「社会通念」という文言も単にそのことを明示したに過ぎません。したがって、この「社会通念」という文言をあたかも特別な意味を持つ要件であるかのように取り扱って、それが何かを探求する必要はないということはいくらでも留意しておきたいと思えます。

「幻惑」型への対応

ところで、連載第5回でも言及しましたが、従来から、密室状態で消費者を集団催眠状態にして高額な商品を購入させるという、いわゆる「SF商法(催眠商法)」を契約取消権の対象とすべきではないかという議論がなされてきました。一見、従来の規定でも「事業者による退去妨害」を定めた法4条3項2号で対応できそうなのですが、事業者による幻惑行為で集団催眠状態になっている消費者が「退去する旨の意思表示」をすることは想定できませんし、そもそも幻惑行為が明確に「退去妨害」に当たるといえるかどうか

かも疑問です。また、集団催眠状態になることを「困惑」に当たるとするのも、厳密に言えば難しそうです。もっとも、連載第5回で検討したように、「退去妨害」は物理的な方法であるか心理的な方法であるかを問いません。そこで、後者を拡大してSF商法も含むと解すべきであるという見解も有力ですし、「退去する旨の意思表示」や「困惑」の存在を事実上推定するという方法で対応することも考えられます。しかしながら、元々文言が限定的である以上、解釈で対応することにやはり限界があるため、新たな立法によってSF商法も対象になるような規定を設けるべきであるという声も強まっています。

実は、今回の改正案を見ると、法4条4項3号・4号は、SF商法にも適用する余地があるように思われます。すなわち、SF商法では、密室状態で健康等の不安をおおることがしばしばありますし、また、密室状態で緊密な関係を築くことで自らに好意を持たせる場合もあり得るでしょう。

もっとも、そうはいつでも3号・4号とも「困惑」型の一種ですから、前記のように「困惑」に当たるか否かという要件の検討が必要となります。さらに、仮にその点をクリアできたとしても、前記のように「社会生活上の経験が乏しいこと」という要件が付加されたことによって、最もSF商法の被害にあいやすい高齢者への適用が難しくなるのではないかと予想されます。

現在では、長期にわたって展示会等を開催して、高齢者を継続的に会場に通わせて販売員と親しくなったところで高額な商品を次々と販売する新たなSF商法が登場してきています。このような状況に対応するためにも、「幻惑」型も視野に入れた法改正へ向けた議論を行うことが強く望まれます。

【連載の内容の変更について】

本来、契約取消権に関する検討は前回までに終えていなければならなかったのですが、前回は複雑な法4条4項の解説に手間取り、また今回は法4条3項の改正案の内容が2017年報告書と大きく異なっており詳細な検討の必要が生じたため、いずれも予定以上の紙幅を費やすことになりました。そこで、法5～7条の検討は次回に譲ることにしたいと思います。

* 4 消費者庁「消費者契約法逐条解説」http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/annotations/