

消費者問題をよむ・しる・かんがえる

ウェブ版

国民生活 9

NO.145 (2024)

特集 なくならない高齢者への過量販売

特集 1	過量販売に関するさまざまな法律	1
特集 2	過量販売の相談対応 Q & A	6
消費者問題アラカルト	集団的消費者被害回復訴訟における 特定適格消費者団体の役割と課題 集団的消費者被害回復訴訟の今後の展望	10
消費生活相談員が 知っておきたい裁判手続	裁判所の役割 	13
美容医療の基礎知識	インプラント治療を受ける前に知っておきたい基礎知識	16
海外ニュース	＜アメリカ＞ 乳牛の鳥インフルエンザ感染で注意すべきこと ＜オーストラリア＞ 退職年金詐欺から消費者を守るために	20
消費者教育実践事例集	自分の体調を自分の言葉で伝えよう －主体的に医療にかかわる「医療消費者」を幼児期から育む－	21
気になるこの用語	生成する AI (2)	23
暮らしの法律 Q&A	電子マネーやショッピングポイントは、保証される？	25
暮らしの判例	タレントレッスン受講契約が特定継続的役務提供契約に 該当するとして、クーリング・オフにより全額の返金を命じた事例	26
誌上法学講座 消費生活相談に関連する刑法	名誉毀損罪（続き）、信用毀損罪	30

特集1

過量販売に関するさまざまな法律



福島 成洋 Fukushima Shigehiro

明治学院大学法学部消費情報環境法学科 准教授

弁護士(東京弁護士会)、消費者庁消費者制度課での勤務を経て、2022年より現職。静岡県消費生活審議会の委員等も務める

過量販売に関する法の展開

本格的な高齢社会に突入しているわが国では、認知症等により契約をするかどうかの判断力が十分に備わっていない消費者も増えています。このような消費者についてさまざまな消費者被害が起きていますが、その中でも、事業者が消費者の判断力の不十分さにつけ込み、不必要な物やサービスを大量に買わせる消費者被害は典型的なもので、「過量販売」と呼ばれています。

過量販売に対応する法律として、まず挙げられるのは民法です。とりわけ公序良俗違反(90条)や暴利行為による無効という方法で過量販売の被害救済を図ることが考えられます^{*1}。

もっとも、民法だけで十分に対応できるかというと、必ずしもそうとはいえません。なぜなら、①民法の規定は要件の抽象度が高いため、どのような過量販売であれば無効になるのかが直ちには分からないからです。さらに考えると、②消費者は事業者と比べて弱い立場にあることから、過量販売に巻き込まれた消費者については民法よりも手厚い保護が必要だ、とも考えられます。

そこで、過量販売による消費者被害について、高齢社会の本格化と足並みをそろえるようなかたちで、消費者を保護する法律(消費者法)による対応が行われてきました。具体的には、2008

年の特定商取引法(特商法)改正により、訪問販売について過量販売規制が設けられました。また、訪問販売による過量販売がいわゆる個別クレジット(個別信用購入あっせん)を使って行われる場合に対応するため、特定商取引法と併せて割賦販売法も改正されました。2016年には、特定商取引法の改正により電話勧誘販売も過量販売規制の対象になるとともに、消費者契約法(消契法)の改正により過量契約取消権の規定が設けられました。近年は、特定商取引法や消費者契約法の運用にも新たな動きがみられます。

本稿では、訪問販売・電話勧誘販売と店舗販売に分けて、主に消費生活相談の場面を念頭に置きながら、過量販売に関する法律やその運用について説明します。

訪問販売・電話勧誘販売による過量販売

特定商取引法は、特にトラブルが多い7つの取引類型を取り上げて、特別な規定を設けている法律です。この7つの取引類型のうち、訪問販売と電話勧誘販売について過量販売規制が設けられています。具体的には、①過量販売の勧誘をした事業者に対する行政規制とともに、②過量販売をされた消費者の解除権を定めています。

1 行政規制

国(消費者庁・経済産業省の地方経済産業局)や都道府県は、過量販売の勧誘をした事業者

^{*1} なお、判断力の不足に直接対応するものとして、民法には成年後見制度が定められている。例えば、家庭裁判所による後見開始の審判が行われているのであれば、本人(成年被後見人)が過量販売の契約をしてしまっても、本人または成年後見人は契約を取り消すことができる

対し、業務改善等を指示する行政処分をすることができます(特商法7条1項4号、22条1項4号)。

規制の対象となるのは「日常生活において通常必要とされる」分量や回数、期間を著しく超える売買契約や役務提供契約です。(i) 1回の契約で「日常生活において通常必要とされる」分量等を著しく超える場合のみならず、(ii) 同種の商品・役務に関する契約が複数回積み重なることによって「日常生活において通常必要とされる」分量等を著しく超えることになる「次々販売」と呼ばれる場合も規制の対象ですが、(ii)については事業者が超過を知っていたことも要件となります。また、(i)(ii)のいずれも、事業者には正当な理由はないことが要件とされています。

住宅リフォーム工事に関する通達

トラブルの状況等に鑑み、消費者庁は、2022年6月、「訪問販売又は電話勧誘販売^{かか}における住宅リフォーム工事の役務提供に係る過量販売規制に関する考え方^{*2}」を策定し、特定商取引法の通達に追加しました。

同一の住宅における、消費者が日常生活において通常直接使用しない部位(床下、屋根、小屋裏^{こや}裏、基礎、外壁等)について、3つ以上の部位の工事を行う契約を過量販売としています。これに

は、1回の契約で3つの部位の工事を行う場合のみならず、勧誘の日の1年前から起算して累積で3つ以上の工事になる場合、つまり次々と住宅リフォーム工事が行われる場合も想定されています(図1)。

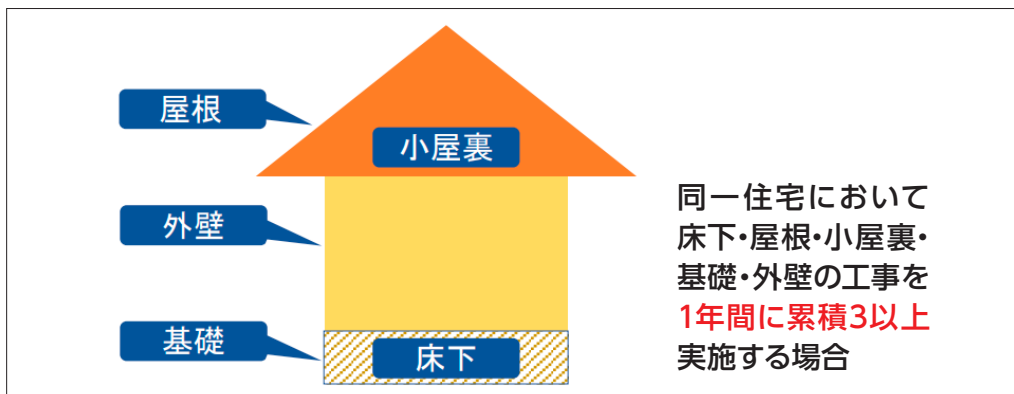
例えば、①同じ住宅の床下、屋根、外壁の工事を同時に行う契約を勧誘する場合、②8カ月前に小屋裏の工事を行い、3カ月前に外壁の工事を行い、今般、屋根の工事を行う契約を勧誘したという場合、③8カ月前と3カ月前に屋根の工事をしたが、今般、また屋根の工事を行う契約の勧誘をしたという場合であれば過量販売に該当するものと想定されます。なお、これらの場合であっても、自然災害の発生により家全体の補修が必要となるなど、個別事案において工事が客観的に必要であるといえるときは正当な理由があることも通達において示されています。

「日常生活において通常必要とされる」分量等を著しく超えるかどうかの判断は難しいことが多いのですが、この通達ではリフォーム工事について簡明な目安が示されています。行政規制に関する通達ですが、後述する民事ルール(解除権)にも当てはまる考え方だと思われます。

ここでは特に、次々とリフォーム工事を行う場合において、同種性の要件が緩やかに解されていることに注目したいと思います。例えば、同

じ住宅であっても床下と屋根であれば同種ではないという見方もあり得るところです。しかし、通達では「機能的一体性」を重視し、「形式的に異なる箇所の工事であったとしても、機能的一体性を有する範囲内であれば同一部

図1 住宅リフォーム工事の過量販売



※消費者庁ウェブサイト「【事業者向けチラシ】住宅リフォーム事業者の皆様へ」を基に筆者作成

^{*2} 消費者庁ウェブサイト「訪問販売等による悪質な住宅リフォームに関する消費者トラブルへの対策について(特定商取引法の通達改正・チラシの公表)」<https://www.caa.go.jp/notice/entry/029218/>

位の工事を行ったものと考えられる」という考え方が示されており、この考え方が床下と屋根を同種のものとして扱うことにつながっています。過量販売による消費者被害の救済という観点から極めて妥当な考え方であるといえますし、後に触れるように、この考え方と同じ発想は消費者契約法においてもみられるといえます。

2 民事ルール(解除権)

訪問販売等による過量販売について、特定商取引法は、行政規制のみならず、消費者が過量販売の契約を解除できることも定めています(特商法9条の2、24条の2)。

要件は、「日常生活において通常必要とされる」分量等を著しく超える売買契約や役務提供契約であることです。過量販売の行政規制と同様、(i)1回の契約で著しく超えることになる場合のみならず、(ii)次々販売による場合も対象となりますが、(ii)については事業者が超過を知りながら契約をしたことも要件とされています。また、(i)(ii)のいずれについても消費者に「当該契約の締結を必要とする特別の事情があったとき」は契約を解除することができないこととされています。

解除権の行使期間は契約締結時から1年以内です。

業界(訪販協)のルール

訪問販売を行う事業者の業界団体として公益社団法人日本訪問販売協会(訪販協)があり、独自のルール(自主規制)を定めています^{*3}。

まず、「『通常、過量には当たらないと考えられる分量の目安』について」という協会としての考え方が示されています。例えば、化粧品については「原則、一人が使用する分量として1年間に10個」が目安とされており、目安を超える量の販売を行う場合は契約の締結を必要とする特別の事情を適切な方法により確認等を行うことが望ましいとされています。

また、訪販協の正会員である事業者と契約を

した消費者が、契約を解除したにもかかわらず、正当な理由なく代金等が返還されない場合には、訪販協が一定の金銭を給付するという制度も特定商取引法に基づき設けられています(訪問販売消費者救済基金。特商法29条の2参照)。この制度は過量販売による解除権も対象となります。

このように訪販協は独自のルールを定めており、訪問販売による過量販売について契約の解除を検討するに当たっては、事業者が訪販協の会員であるかどうかも重要なポイントになると思われます。訪販協の会員であるかどうかは協会のウェブサイトで検索することができます。

店舗における過量販売

訪問販売や電話勧誘販売により過量販売が行われた場合については、既に述べたように、特定商取引法で対応することができます。では、過量販売が訪問販売や電話勧誘販売によるものではない場合、とりわけ店舗に来訪した消費者に対して過量販売が行われた場合には、どのように被害救済が図られるのでしょうか。

このような場合に特定商取引法では対応できないところ、消費者法の中には、消費者契約全般に関する民事ルールとして消費者契約法があり、消費者による契約の意思表示の取消しなどを定めています。そこで、店舗における過量販売には消費者契約法で対応することとし、2016年の改正で過量契約取消権が定められました(消契法4条4項)。

民事ルール(取消権)

過量契約取消権の要件は、大きく3つに分かれています。

第一に、契約内容に関する要件で、契約の目的となるものの分量等が、契約の当事者である「当該消費者にとっての通常の分量等」を著しく超えることが要件とされています(契約内容の過量性)。そして、「当該消費者にとっての通常の分

*3 公益社団法人日本訪問販売協会ウェブサイト<https://jdsa.or.jp/>

量等」とは、①契約の目的となるものの内容、②契約の目的となるものの取引条件、③勧誘時における消費者の生活の状況、④③についての当該消費者の認識という4つの要素を総合的に考慮し、契約の目的となるものの分量等として通常想定される分量等であるとされています。

この要件（契約内容の過量性）については、（i）1回の契約で通常分量等を著しく超えることになる場合のみならず、（ii）次々販売の場合、つまり、消費者が既に同種契約を締結していたときに、同種契約の目的となるものの分量等も合算することによって通常分量等を著しく超えることになる場合も要件に該当することが定められています（図2参照）。

第二に、事業者の認識に関する要件として、事業者が勧誘の際に契約内容の過量性を知っていたことが要件とされています。第三に、勧誘により消費者が契約の意思表示をしたことも要件となっています。これらの要件は、特定商取引法における過量販売の解除権にはないものです。その背後には、消費者契約法は、事業者の不当な勧誘により消費者の意思表示がゆがめられたときに意思表示の取消しを認めていることがある、と考えられます。

なお、取消権の行使期間は、追認をすることができる時から1年以内で、かつ契約締結時から

5年以内です*4。

「同種」の解釈の見直し

次々販売による過量契約において契約の目的となるものが「同種」であるか別の種類であるかは、過量性の判断対象となる分量等に合算されるべきかどうかという観点から社会通念に照らして判断されます。

具体的には、①その目的となるものの種類、性質、用途等に照らして、別の種類のものとして並行して給付を受けることが通常行われているかどうかという点のみならず、②当該消費者が置かれた状況に照らして合理的に考えたときに別の種類のものと見ることが適当かどうかについても判断されるものと考えられます。

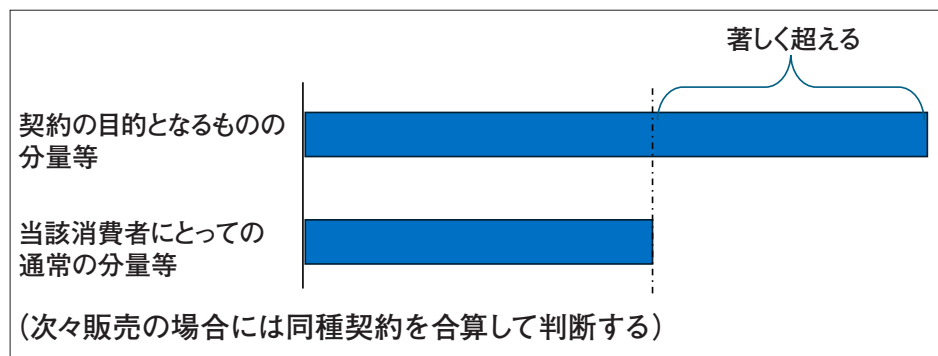
消費者庁による消費者契約法の逐条解説では、当初、①のみが示されていました。しかし、①を形式的に考えるならば、プレスレットとネックレスは別の種類であるという考え方も成り立ちそうであり、そうだとすると、次々販売として合算されないこととなります。これでは被害救済に支障が生じかねません。そこで、「消費者契約法に関する検討会」における検討を経て消費者契約法における「同種」の解釈を見直すこととなり、2023年2月、消費者庁の逐条解説が前記のように①と②を記載するかたちに変更されました。先に紹介した特定商取引法の通達と同じ

発想に立つものと考えられます。

取消しを認めた裁判例

過量契約取消権による取消しを認めた裁判例として、東京地方裁判所が2020年6月30日にした判決を紹介します*5。次のような事案でした。

図2 通常分量等を著しく超える場合のイメージ



※筆者作成

*4 消費者庁のウェブサイトに掲載されている消費者契約法の逐条解説では、消費者契約法の過量契約取消権と特定商取引法の過量販売解除権の詳しい比較が行われている

消費者庁ウェブサイト「逐条解説（令和5年9月）」第4条（消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し）

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/annotations

*5 ウェブ版「国民生活」2021年12月号「暮らしの判例」で紹介されているhttps://www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202112_14.pdf

1942年生まれ的女性であるXは、Yが営業するサロンを度々訪れ、店長から勧誘を受けて、ネックレス、ペンダント、イヤリング、指輪などの宝飾品を購入するようになった。XがYから宝飾品を購入したのは2014年5月から2018年2月までの合計32回で、支払額の合計は約4800万円だった(なお、判決文からは、Xは退職金等により自由に処分できる資産を有していたことがうかがわれる)。

Xは2016年11月にアルツハイマー型認知症との診断を受けていたところ、その後、Xについて保佐開始の審判が行われ、2018年9月に確定した。

Xは、訴訟において、一連の契約は公序良俗違反により無効であるか不法行為に当たると主張しましたが、判決においてこの主張は認められませんでした。しかし、裁判所は、消費者契約法の過量契約取消権の規定が施行された2017年6月以降に成立した契約については、過量契約取消権による取消しを認め、Yに対し代金の返還を命じました。判決文の中で、裁判所は、「本件取引の対象物が装身具として同一の性質を有することは明らか」とであると指摘し、同種契約として契約の目的物の分量が合算されることになるから、通常の分量等を著しく超えることになる、と判断しています。

ここでは、裁判所が、民法では救済されないものの、消費者契約法の過量契約取消権により救済されるという判断をしたことに注目したいと思います。冒頭で、消費者は事業者と比べると弱い立場にあることから、過量販売に巻き込まれた消費者については民法よりも手厚い保護が必要だ、という考え方を紹介しましたが、この考え方が表れた判決であるともいえます。

過量販売の予防と救済

過量販売の消費者被害については、消費者法においてさまざまな対応が行われてきました。

それでも、とりわけ高齢者が過量販売の被害にあうことは、今でも少なくありません。例えば、今年(2024年)の5月、東京都知事は、東京都消費者被害救済委員会に対し、「高齢者が次々に締結した住宅関連リフォーム工事等の契約に係る紛争」の解決を付託しました。その背景事情として、東京都は、都内の消費生活センターに同種のトラブルの相談が多く寄せられていることを指摘しています^{*6}。

過量販売の被害にあってしまったときに、確実にかつ迅速に救済が図られるよう消費者法を充実させていくことは、これからも重要な課題です。しかし、最も望ましいのは、高齢により判断力が低下したとしても過量販売の被害にあわないようにすることです。過量販売の事前防止(予防)も消費者法における重要な課題です。

2014年に消費者安全法(安全法)が改正され、見守りネットワークが「消費者安全確保地域協議会」(以下、協議会)として法制化されました。消費者の中でも「消費生活上特に配慮を要する消費者」については、協議会の構成員が適当な接触を保ち、その状況を見守ることが協議会の事務として定められています(安全法11条の4)。見守りの対象となっている消費者について、怪しい事業者が自宅に出入りしているとか、次々販売をされている疑いがあるといった異変を周囲にいる者が察知したら、すぐに消費生活センター等につなぐことが、過量販売の予防につながります。消費者庁のウェブサイトによると2024年7月末の時点で509の自治体に協議会が設置されており、その活動がますます活発になることが期待されます。「過量販売に関するさまざまな法律」の1つに消費者安全法も加えたいと思います。

*6 東京都ウェブサイト 報道発表資料(2024年5月30日) <https://www.metro.tokyo.lg.jp/tosei/hodohappyo/press/2024/05/30/20.html>

特集2

過量販売の相談対応Q&A



松苗 弘幸 Matsunae Hiroyuki 弁護士

2000年弁護士登録、埼玉中央法律事務所。日本弁護士連合会消費者問題対策委員会割販法・特商法部会に所属し、埼玉県内における消費生活相談員との勉強会、アドバイザーなどを担当

過量販売に対する規制は、訪問販売により布団、健康食品、浄水器等を必要以上に購入させられる被害が多発したことから、まずは特定商取引法(以下、特商法)で訪問販売における規制として平成20(2008)年改正(2009年12月1日施行)にて解除権が創設されました(特商法9条の2)。また、過量販売は、個別信用購入あっせん(改正前の個品割賦)を伴うことも多かったため、割賦販売法(以下、割販法)も同時に改正され、既払い金返還も認められるようになりました(割販法35条の3の12)。

その後、訪問販売だけではなく、電話勧誘販売でも同様に被害が多発していたため、平成28(2016)年改正(2017年12月1日施行)で対象となりました(特商法24条の2)。

さらに、訪問販売、電話勧誘販売に限らず、消費者が必要としない量を勧誘することは不当・悪質といえることから、広く消費者契約一般を対象とすべく、消費者契約法(以下、消契法)の平成28年改正にて取消しの対象となっています(消契法4条4項)。

過量性に関して、特商法では「その日常生活において通常必要とされる分量を著しく超える」とされ、「販売業者等が、その販売する商品等に関し、当該商品等の性質、機能や相手方消費者の世帯構成人数等の個別の事情に鑑み、個別の消費者にとって社会通念上必要とされる通常量を著しく超えた販売行為を行う場合を類型化したもの」(特商法通達)とされています。一方、消契法では「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の分量、回数又は期間が当該消費者にとっての通常分量等を著しく超え

る」とされていますが、考え方は特商法と大きく異なるものではありません。

もっとも、過量性の判断は一義的に判断することは難しく、当該消費者の家族構成、生活状況、商品の特性、分量、期間などを考慮しながら検討することになります。

次から、過量販売の相談について、よくある質問にお答えしていきます。

■契約当事者

Q1. 高齢者から、「訪問販売でたくさんの布団を買わされたけど、これ以上は支払いができません。解約したい」と過量販売の相談を受けました。解約に向けて、どのような主張が可能でしょうか。

A. まずは訪問販売とのことですので、契約日、契約書等の交付の有無等を確認し、クーリング・オフの可能性を検討します。

仮に、法定の書面交付がなされており、クーリング・オフ期間も経過している場合、特商法及び消契法における過量販売としての解除・取消しを検討することになります。

そこで、過量性を判断するために、具体的な布団の量、購入した事情、勧誘時の説明などを聴き取りし、本件取引当時の消費者の年齢、収入、家族構成といった生活状況や商品の分量、回数、期間などを考慮して検討します。

関連して、例えば、健康等への影響など勧誘時の説明内容によっては、不実告知や消契法におけるつけ込み型の不当勧誘としての取消しも検討することになります。

Q 2. 認知症の診断はない高齢者から過量販売の解約の相談を受けたのですが、勧誘方法や契約経緯をあまり覚えておらず、複数ある契約書の内容と聴き取り内容の整合性も取れません。どのように相談を進めればよいでしょうか。

A. 相談者から事実関係が聴き取れない場合、事業者側に契約書、支払履歴等の開示を求めざるを得ないこともあります。事業者側が非協力的なこともあります。支払方法にてクレジット決済等が利用されている場合には、クレジット会社等にも開示を求めたり、通帳の履歴などを確認したりすることから取引の全体像を把握していくことになります。

また、相談者の判断力等に関する医師の診断などを受けることで、消契法4条3項7号によるつけ込み型勧誘の可能性や、直ちに取消し等の民事効があるわけではありませんが、特商法の適用対象となる場合には、判断力不足に乗じた勧誘や適合性に反する勧誘が禁止されていること(特商法7条1項5号、省令18条2号、3号)なども踏まえた交渉も考えられます。同様に、各自治体の消費生活条例も参考になることがあります。

Q 3. 家族や介護者(ケアマネジャーやヘルパーなど)から、「介護している高齢者が過量販売の被害にあっており、困っているので解約・返品させたい。成年後見手続はこれから取る予定」との相談を受けました。家族や介護者にできることはありますか。

A. Q 2のように事業者やクレジット会社等とのやりとりや解約交渉などの法律行為は、原則、成年後見人が選任されてからとならざるを得ませんが、その準備として契約書、商品等が散逸等をしないように現状をきちんと維持しておくことは大事になります。

もっとも、契約者本人の家の中を無断で詮索することについては、契約者の状況、契約者との

関係や同居の有無などにも関わりますが、契約者自身の意向を確認しながら、契約者本人との関係が悪化したりしないように、信頼関係を維持しておくことも大事にしてください。

■契約書・商品

Q 4. 過量販売の相談で、契約書(電磁的方法による提供の場合は承諾書)が見当たらない契約や、契約書と商品の数量や内容が合わないとき、書面不交付や書面不備を主張できますか。

A. 法定書面の交付については、事業者側の義務であり、契約書等をきちんと交付していることは事業者側にて主張すべきことになります。そのため、契約書等を交付したと思われない場合、契約書等の記載内容と実際の商品等が一致しない場合には、書面不交付・不備を前提にクーリング・オフを主張することは考えられます。

ただし、事業者側から形式上は問題のない書面等が交付されていたということもありますので、書面不交付等だけではなく、どうしてそのような状況になっているのか、勧誘時の問題はないのかなどの事実関係の丁寧な聴き取りを心がけてください。

Q 5. 布団の過量販売にあったという相談で、別の事業者が(下取りなどの理由で)布団を持っていた、または自分で商品を処分したなど、商品が手元にない状況で解約や取消しの主張はできるでしょうか。また、その際の清算はどう考えればよいでしょうか。

A. 過量販売として解除、取消しとなる場合、原状回復義務として、引渡しを受けた商品を事業者に戻還する義務が生じますが、特商法においては、クーリング・オフの無条件解除の効果を準用しており(特商法9条の2第3項等)、消契法においては、現存利益を返還すればよいことが明文化されています(消契法6条の2)。このことから、消費者が悪意(事情を知ったうえ)で処

分等をしたものでない限り、原則として現存利益の範囲で清算をすればよいと考えられます。

また、仮に消費者側に一定の帰責性がある場合においても、過量性から不要な商品であったことなど、その使用利益や返品できないことについて適正な価値を算定すべきであり、事業者側の売り得とはならないようにすべきと考えます。

Q 6. 実家の両親が訪問販売で屋根工事の勧誘を受け、「不具合が見つかった」と言われ外壁、床下と次々に契約し、1年間で3カ所もリフォーム工事をしました。工事は完了しており以前の状態は分かりませんが、本当に必要な工事だったとは思えません。解約できませんか、という相談に対する考え方を教えてください。

A. 消費者庁は、2022年6月22日、「訪問販売等による悪質な住宅リフォームに関する消費者トラブルへの対策について」として考え方を公表しています(特商法通達)。

その中で1つの考え方として、「消費者が日常生活において通常直接的に使用しない部位(代表的な例として、床下、屋根、小屋裏^{こやうら}、基礎、外壁等。以下「不使用部位」という。)について、同一住宅のうち三つ以上の不使用部位について工事を行う契約を締結する勧誘(勧誘の日の1年前から起算して累積で三つ以上の不使用部位について工事を行うこととなる契約を締結する勧誘も含む。)があった場合、超過要件該当性が認められる」としています。もっとも、2つにとどまる場合や1年以上経過後に同一部位の工事についてさらに契約の締結を勧誘する場合等においても、さまざまな状況を考慮した結果、超過要件を満たす場合があります。

他方で、自然災害の発生等により家全体の補修が必要となる場合や、まとめて複数箇所を工事することが効率的な場合などの「正当な理由」がある場合など、他の類型に比して超過要件該当性が認められない場合もあることは指摘され

ており、どのような事情で今回の工事をするようになったのかといった経緯や勧誘状況は確認する必要があることに留意してください。

また、単一の事業者による工事により超過要件を充足した場合には、原則として「認識要件」も充足すると考えられるとしつつ、他方、過去に工事を行った者が別の事業者であった場合には、過去の工事の事実の把握の可能性などから認識要件を検討することにはなります。

■時効

Q 7. 最初に契約したのが10年以上前の羽毛布団で、その後いろいろな事業者がやってきて健康食品やリフォーム工事など20件近くの契約をさせられたケースでは、時効は個別の契約ごとに考えるのでしょうか。また、もし同じ事業者から連続して被害にあっていたら一体の契約とみなせますか。

A. 過量販売について考える場合、特商法は契約締結から1年(特商法9条の2第2項等)、消契法においては追認することができる時から1年としつつも契約締結から5年(消契法7条1項)という制限があるため、個別の契約ごとに考えるを得ないと思います。

もっとも、期間が経過した契約であっても、その消費者の判断力、経済力、契約内容などを総合的に検討して、事業者の不法行為として、過去の契約についての損害賠償を請求したり、公序良俗違反を理由に契約の無効を主張したりすることは考えられます。

■事業者

Q 8. 古い契約で、既に廃業し行方不明になっていた事業者が、社名変更して同業種の会社を営んでいることが分かりました。解約や返金を求められますか。

A. 社名変更というのが、法人(株式会社等)の商

号変更ということであれば、社名は変わっても法人としては同一ですので、返金等を求めることは問題ありません。

他方で、既に廃業しているとのことですので、代表者（経営者）は同一でも別の法人という場合には、原則として新しい法人に返金等を求めることはできません。例外的に、法人格が濫用^{らんよう}されたり、形骸化したりしている場合には、求められる場合もあります（法人格否認の法理）。

また、悪質性が高い場合には、当該法人の代表者個人に対する責任追及ということが考えられる場合もあります。

なお、法人ではなく、個人事業者の場合には、社名（屋号）が変更されていたとしても、当該個人に変わりはないため、返金等を求めることはできます。

■その他

Q9. 展示会会場で催眠商法のような手法で、毎回違う商品を販売している事業者からの過量な販売について、主張できることはありますか。

A. 過量販売かどうかについては、まったく同一の商品である必要はありませんが、商品の類型ごとに判断せざるを得ないため、毎回違う商品というのが、どのような商品かによることになります。

もっとも、購入状況が不合理な場合には、当該展示会場が、「一定の期間にわたり、購入する物品の種類を掲示し、当該種類の物品を購入する場所であつて、店舗に類するもの」（省令1条5号）に該当し、直ちには訪問販売の適用が難しい場合でも、当時の状況を聴き取ることで、「例えば次に掲げるような手法等により、消費者の自由意思で契約締結を断ることが客観的にみて困難な状況の下で販売が行われているときには、消費者が自由に商品を選択できる状態」にあるとはいえないため、「店舗に類するもの」に該当せず、訪問販売としての主張が可能となります。

ので（特商法通達参照）、特商法としての書面不交付等によるクーリング・オフや不実告知や故意の不告知による取消しも検討してみることになります。

○販売員が消費者を取り囲んだり、消費者に強引に商品を使用させ、あるいはその一部を消費させて勧誘すること

○高額商品等の特定の商品についてのみ繰り返し勧誘するなど、陳列された商品を自由に選ばせることなく勧誘すること

○勧誘に際して、消費者の履物を隠すことなどによりその場からの消費者の退出を妨げること

Q10. 高齢者が自分で注文したことを忘れて何度も通信販売で申し込みした場合の考え方について、事業者はどのくらい購入しているか把握しているはずですが、何か主張できることはありませんか。

A. まず、通信販売ですので特商法の過量販売は適用になりませんが、消契法としての過量販売を検討する余地はあります。確かに、事業者としては、同一の消費者が何度も同じ商品を購入していることを把握し得るかとは思いますが。

ただし、商品類型によっては、よい商品であったことから、家族友人等への贈り物ということもあり得るため、直ちに「当該消費者にとっての通常の分量等を著しく超える」ことを事業者が認識していたともいえない場合もあります。

もっとも、商品が届く前に、注文、注文と繰り返されている場合、高齢者に限らず、自分で注文したことを気づかずに注文を繰り返していることは、十分に疑問を持ち得ることから、信義則上、事業者側に注文ミスの可能性を確認すべき義務があるといえる場合もあり得ます。

一概に判断できるものではありませんが、商品の種類・特性、注文時期・方法なども踏まえて、事業者側においても確認すべきだったと主張できるかを考えてみることになります。



集团的消費者被害回復訴訟の 今後の展望

八木 敬二 Yagi Keiji 成蹊大学法学部 准教授

専門は民事手続法。一橋大学大学院法学研究科法学・国際関係専攻博士後期課程において、消費者裁判手続特例法に関する論文で博士号（法学）を取得

連載企画として、8月号では、本訴訟の当事者から、訴訟概要や経過等を紹介いただきました。9月号では、本判決の意義や評価、集团的消費者被害回復訴訟の今後の展望について解説いただきます。

2024年3月12日に、いわゆる消費者裁判手続特例法（以下、特例法）が用意する手続（集团的消費者被害回復訴訟などと呼ばれます）に関して、初めて最高裁判所の判決（以下、本判決）が出されました。本判決の概要や経過等については前号に掲載されている仲居康雄弁護士の論考に委ね、本稿では、本判決の意義について解説を加えながら、集团的消費者被害回復訴訟の今後を展望します。

本判決の意義

本判決は、「簡易確定手続において対象債権の存否及び内容を適切かつ迅速に判断することが困難であると認めるとき」に裁判所が共通義務確認の訴えを却下することができるとした特例法3条4項の要件（「支配性」の要件と通称されます）について、「消費者ごとに相当程度の審理を要する場合」を意味すると解釈し、その判断に当たって考慮すべき要素を具体的に示したところに意義があります。これには、次の2点が含意されています。第1に、個別訴訟に比して特例法の手続が支配的であることを求める要件ではなく、個別争点に比して共通争点が支配的である（共通義務の存否が支配的な争点であって消費者ごとの争点に費やす審理コストが低い）という意味で支配性の要件を解釈する旨を明らかにしたものだという点です。第2に、特例法3条4

項が考慮要素として掲げる「事案の性質、（中略）[共通義務確認]判決を前提とする簡易確定手続において予想される主張及び立証の内容その他の事情」を別の表現に言い換え、「個々の消費者の対象債権の存否及び内容に関して審理判断をすることが予想される争点の多寡及び内容、当該争点に関する個々の消費者の個別の事情の共通性及び重要性、想定される審理内容」などを考慮する旨を示したという点です。

第1点については、従前からほとんど異論がありませんでしたので、實際上重要なのは第2点です。第2点は、支配性の有無に関する評価方法を最高裁判所が示したものであるということです。共通義務の存在を前提とする対象債権の存否及び内容（に関する争点）のみならず、個々の消費者の個別事情（の共通性・重要性）という主体ごとの差異も考慮要素とされていることが、本判決の意義を見定める1つの手がかりとなるように思われます。

支配性の要件の二義性

本判決の意義をよりよく理解するために、特例法の用意する手続の構造を確認しておきましょう。そのうえで、支配性の要件の有する手続上の意義と前記第2点との関係をみていきます。

特例法は、相当多数の消費者に生じた消費者契約に関する財産的被害（令和4[2022]年改正後は「精神上的苦痛を受けたことによる損害」も含みます）について、特定適格消費者団体が主導する2段階型と称される手続を通じて、集团的にその回復を実現するための手続を創設しました。

1段階目の手続は、特定適格消費者団体が訴



えを提起することで開始される共通義務確認訴訟です。この訴訟において、事業者が対象消費者に対して共通の原因に基づき金銭の支払義務を負うべきことが確認された場合には(その他の場合には1段階目で手続が終了します)、その結果を前提として、2段階目の手続が実施されることになります。

2段階目の手続は、簡易確定手続(及び異議後の訴訟)です。簡易確定手続では、対象債権の存否及び内容について相手方事業者が認否し、それによって和解が成立することが期待されています。相手方事業者の認否に対して対象消費者が争うときは、個々の消費者に認められる個別事情について裁判所が書証によって審理し、判断します。この裁判所の判断(簡易確定決定)に不服が申し立てられると、異議後の訴訟に移行し、民事訴訟による終局的な解決が図られます。手続への参加を望む消費者が手続に関与するのは、この2段階目の手続からです。

以上のような2段階型の手続の構造、殊に特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟が先行するという制度の建付は、被害を受けた消費者が侵害者に対して自ら損害賠償を請求するという通常想定される民事訴訟の形成過程とは異なっています。そのため、民事訴訟と^{ひようそく}平仄を合わせた何らかの手続的な限定が必要であり、被告となる事業者が攻撃防御を尽くせるような係争利益(例えば、敗訴した場合にいくら支払う必要があるか)の把握可能性がなければならないのではないか、ということが指摘されていました。この係争利益の把握可能性については、制度の適用除外を定める特例法3条2項によって典型的に考慮されています。

ここで重要なことは、特例法3条2項は不変の真理を言い表したものではないということです。当初は適用除外とされていた慰謝料(精神的損害)は、令和4年改正により、一定の場合には手続の対象とすることができるようになりました。

た。精神の傷つき方は人によってさまざまですから、慰謝料は本来的には個別性が強い損害類型だといえますが、実務上、一定の算定基準に基づき画一的に損害額が認定されています。このような定額化の手法は、多数の当事者により一律の慰謝料が請求された事例について因果関係や損害額を一律に認定した大阪国際空港事件最高裁判決^{*}などで既に認められており、金銭的な評価が難しい損害に有効な手法です(同判決では、主観的要素が含まれる陳述書に一定の証拠価値を認めることも首肯されました)。損害が一定額で認定されると予測される場合には、係争利益の把握可能性も確保されています。

それでは、本件で第1審から問題とされた過失相殺についてはどのように考えることができるでしょうか。過失の有無や程度は被害者ごとに異なる可能性がありますから、本来は個別性の強いものだといえますが、交通事故紛争のように、被害発生の原因となる現象が共時的に集団性を有する場合には、一定の算定基準に基づき典型的に過失割合を算出し、賠償額を調整するほうが公平に^{かな}適います。ただ、交通事故における過失割合の類型化は、集団的な手続ではなく、個別事例の蓄積によって成し遂げられたものです。その意味で、本判決は、個別事例の蓄積による過失割合の類型化と同様の作業を、1つの集団的な手続で遂行する可能性を見いだしたものと理解することができるといえるでしょう。

陳述書などを活用した因果関係の認定の定型化と過失相殺の類型化は、林道晴裁判官(宇賀克也裁判官も同調)の補足意見でも言及されています。ここまで確認してきた内容も合わせて考えますと、支配性の要件には次の2つの機能・意義があるということができそうです。

1つは、損害額認定の定型化又は損害の定額化の可否を審査する機能です。これは、個別事例との関係で係争利益の把握可能性を^{ただ}匡す役割を有しています。もう1つは、被告が防御のために

* 最高裁大法院昭和56年12月16日判決『民集』35巻10号1369ページ



主張する消費者の個別事情の類型化の可否を審査する機能です。これは、共通義務確認訴訟の要件としては不要とする見方もあり得たところ、前述した第2点で明確に打ち出されたものです。いずれも、簡易確定手続における適切かつ迅速な手続の可能性を問う支配性の条文上の文言から導出されます。

集団的消費者被害回復訴訟の現状と動向

特例法が適用された初めての事件である東京医科大学入試事件でも(ひいては、これまでの共通義務確認訴訟のすべてで)、支配性の有無が争点となりました。2020年3月6日に出された東京地方裁判所の判決では、受験費用には支配性が認められたものの、旅費・宿泊費については、その個別性の強さから支配性を欠くと判断されています。本判決を契機として、旅費・宿泊費など個別性が一定程度あるものであっても「適切な審理運営上の工夫を講ずる」余地が吟味され、支配性を認める判断が示される可能性が高まったといえるでしょう。しかし、そのインパクトは、現行法を前提としてもなお限定的なもののといわざるを得ません。

現在、特定適格消費者団体は4団体(特定非営利活動法人消費者機構日本、特定非営利活動法人消費者支援機構関西、特定非営利活動法人埼玉消費者被害をなくす会、特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道)、共通義務確認の訴えが提起されたものが8件、そのうち簡易確定手続に至ったものが3件あります。返金申入れ活動も含めると、全体で20件程度というのが現状です。年間90万件程度ある消費生活相談件数などと比べると、かなり見劣りします。

この現状を改善すべく、令和4年改正では、和解の早期柔軟化(共通義務確認訴訟段階における終局的な和解の許容)や適用範囲の拡大(前述した慰謝料への適用拡大)などが実現しました。和解の早期柔軟化については、支配性の要件を乗り越える解決への道^{ひら}を拓いたものかどうか

1つの大きな問題です。支配性と適用範囲の拡大との関係については、簡易確定手続における「審理運営上の工夫」が裁判手続にのみ許されるものなのかが問題となります。例えば、原子力損害賠償ADRでは定型化の工夫が見られるため、簡易確定手続をADRとしてしくむことでも類似的成果が得られる可能性があります。

(特定)適格消費者団体の役割と連携

特定適格消費者団体は、共通義務確認訴訟の原告となるほかに、簡易確定手続で予定される個々の消費者への金銭配分業務などを負担します。金銭配分業務は従来の適格消費者団体にはなかった業務であり、これを念頭に置いた加重要件としての特定認定を受けることが集団的消費者被害回復訴訟の原告に求められます。この事務的・手続的な負担は、支配性の要件に関わる問題ではなく、特定適格消費者団体への支援方法の問題と捉えるべきです。

令和4年改正では、消費者団体訴訟等支援法人制度(特例法98条以下)が設けられ、現在、支援法人の認定を受けた特定非営利活動法人消費者スマイル基金が金銭的な支援を行っています。この制度にも限界があります。金銭配分業務を通じて消費者と接触する機会が増え、特定適格消費者団体に関する社会的な認知度が向上すれば、欧州連合(EU)などで議論が進められている第三者による訴訟融資制度なども検討に値するかもしれません。

他方で、1段階目の共通義務確認訴訟については、適格消費者団体による差止訴訟と業務内容が近いです。実務的に耐え得るならば、共通義務確認訴訟については適格消費者団体なども原告となる(少なくとも連携を取り合う)ことが将来的には考えられそうです。

本判決は、今なお悩みを抱える集団的消費者被害回復訴訟制度の今後を占うものでもありました。本制度の間口がこれからも広がっていくことが期待されます。

消費生活相談員が知っておきたい裁判手続

第1回

裁判所の役割



裁判所は、どういう機関で、何をしている機関なのでしょうか。何かの事件の処理をしている機関という感覚ぐらいはあっても、それ以上の詳しいことは分からない人も多いのではないのでしょうか。そして、何か問題を起こさなければ、自分には関係のない機関と思っている人も多いのではないのでしょうか。本連載では、裁判所ではどのようなことを扱っているのかを、みていきたいと思います。

裁判所で扱っていること

大きく分けて、次の5つの事件があります。

表1 裁判所で扱っていること

民事事件 ：金銭の貸主の借主に対する貸金返還請求や、交通事故の当事者間における損害賠償請求などの一般私人間の私的紛争を解決するための手続
行政事件 ：税務署が過少申告加算税を課した処分などの国や地方公共団体等の処分や、その他の公権力の行使に関する紛争を解決するための手続
刑事事件 ：窃盗、強盗、傷害、酒気帯び運転等の刑罰法令に触れる行為をした場合に、その行為をした者に、国へ一定の金銭を支払う罰金や刑務所などの矯正施設に一定の期間入る懲役などの刑罰を科すための手続
家事事件 ：離婚や相続などの家庭内における紛争などを解決するための手続
少年事件 ：少年（未成年の男女）が窃盗、強盗、傷害、無免許運転などの刑罰法令に触れる行為その他の行為をした場合に、その行為をした少年に対する処分をするための手続

園部 厚 Sonobe Atsushi

東京簡易裁判所民事第9室 簡易裁判所判事

裁判所で扱っている民事事件の種類

主なものとして次の事件があります。

表2 民事事件の種類

1 民事訴訟事件	3 民事保全事件
(人事訴訟事件)*	4 民事執行事件
2 民事調停事件	5 倒産事件

*離婚や認知など、夫婦や親子等についての関係について、争いを解決する手続

「民事訴訟事件」や「民事調停事件」は、私的紛争が起こったときに、裁判所において紛争を解決するための基準を決める手続です。例えば、「借主は貸主に対し100万円を支払え」とか、「借主は貸主に対し建物を明け渡せ」というような、紛争解決のための基準を決める手続で、民事調停事件は、当事者の合意によってそれを決めるのに対し、民事訴訟事件は、それを当事者の合意の有無にかかわりなく強制的に決める手続です。

裁判所で決められた基準に基づいて、各当事者がそれを任意に実行しないときに、裁判所において強制的に実現するための手続が「民事執行事件」です。

「民事保全事件」は、緊急に私的紛争を解決しなければ自己の権利の実現が不可能になるような事情がある場合に、裁判所において、債務者所有の財産を仮に差し押さえるなどの紛争を解決するための基準をつくり、それを実現するための手続です。

「倒産事件」は、一般の個人や商売をしている企業が経済的に破綻して^{はたん}いて、弁済期の到来し



た借金等の債務の支払が困難になった場合に行われる手続で、債務者の総財産を換価（現金化）し総債務を弁済して清算する清算型手続と、債務者の財産を基礎として経済活動を継続し、それによって生み出される収益によって債権者に弁済をする手続である再建型手続があります。清算型手続としては「破産」及び「特別清算」があり、再建型手続としては「民事再生（個人再生を含む）」及び「会社更生」があります。

1. 民事訴訟事件

民事訴訟事件は、例えば、貸主の借主に対する貸金100万円の返還請求事件では、貸主である原告と借主である被告がその主張をし合い、その主張について証明をし、それらの主張立証に基づいて、裁判官が原告貸主の貸金100万円についての判断を、判決というかたちで行います。

原告貸主の被告借主に対する貸金100万円が存在することについて、裁判官が確信を得た場合（原告貸主の請求について証明ができた状態）は、原告貸主の請求を認める「被告は原告に対し100万円を支払え」という判決がなされます。貸金の存在について裁判官が確信を得られなければ、原告貸主の請求を認めない「原告の請求を棄却する」という判決がなされます。

この判決は、原告と被告の主張が一致しない場合でも、双方からの主張立証に基づいて、裁判所の判断としてなされるものであり、その判決が確定した場合、原告と被告はその判決に拘束され、その判決に従わなければなりません。原告の請求が認められたのに、被告が原告の請求を任意に実行しない場合は、判決に基づいて原告の請求を強制的に実現することができます。

2. 民事調停事件

民事調停事件は、裁判所を通じた話し合いによる紛争解決のための手続です。例えば、貸主の借主に対する貸金返還請求事件では、申立人貸主とその相手方借主が、裁判所で事件を担当する調停委員会の民事調停委員等を交えて話し合

いをします。そこで合意が成立すれば、調停成立ということで、調停委員会のもとで、その合意を確認し、調停調書に記載することによって紛争を解決するものです。調停成立によって事件が終了した後、その調停で合意に達したことを任意に実行しない場合は、その調停調書に基づいて、その合意を強制的に実現することができます。

3. 民事保全事件

例えば、金銭の貸主が借主に対し1000万円の貸金返還請求権がある場合、その借主がほかにもたくさんの借金をしているのに、借主の財産は住んでいる土地建物しかないため、その土地建物が処分されてほかの人のものになってしまうと、貸金の返済を受けられなくなるおそれがあります。訴訟を起こして判決を得る場合、当事者（貸主と借主）がお互いに主張し、裁判官が貸主の借主に対する1000万円の存在について確信を得た状態である証明をしたうえで判決がなされますので、判決がなされるまでに時間がかかります。さらに、その間に土地建物の処分をされるおそれがあり、土地建物の処分後に判決を得ても、借主にほかに財産がない以上、現実に貸金の返済を受けることができなくなってしまうです。

そこで、貸主の貸金の存在について、その主張を証明することなく、裁判官が一応確からしいという程度の心証を抱いた状態である「疎明」で足りることによって、迅速にその主張について決定を出し、借主所有の土地建物を仮に差し押さえるのが、民事保全事件（仮差押事件）です。

貸主が借主所有の土地建物について「仮差押えの登記」をすることで、その後にその土地建物をほかの人に売却するなどの処分をされても、それを否定することができます。最終的には、民事訴訟による判決などを得て、民事執行事件により、その土地建物を差し押さえて売却し、その売却代金から貸金の返済を受けることができる



のです。

また、例えば、買主が土地を買って代金を支払ったのに、売主が所有権移転登記をしてくれず、ほかの人に売却するおそれがあるような場合には、裁判官が、買主側の所有権移転登記請求権について、その主張を証明することなく、疎明で足りるとすることによって、迅速にその主張について決定を出し、買主が買い受けた土地について「処分禁止の仮処分の登記」をすることによって、その後にその土地をほかの人に売却するなどの処分をされても、最終的に、民事訴訟による判決を得ることによって、その土地を買主の物とすることができます。

4. 民事執行事件

民事執行事件は、民事訴訟事件が判決や和解で終了した後、あるいは民事調停事件が調停成立で終了した後、それらの判決などで決まったこと、例えば「被告は原告に100万円を支払え」ということが実行されない場合、その判決などに基づいて、例えば被告の不動産等の財産を差し押さえてそれを売却してその代金から支払を受けたり、被告の給料を差し押さえるなどして、決まったことを強制的に実現する手続です。

ほかにも、貸金などの返済ができない場合に目的物を売却してその代金から返済を受けるために、不動産に設定した抵当権などの担保権を実行する手続もあります。

5. 倒産事件

倒産事件のうちの破産事件は、例えば、「交通事故にあって数カ月入院し、その間生活費が入ってこなかったため、消費者金融からお金を借りていたところ、借金がかさみ返し切れなくなった。返済のためにさらに消費者金融からお金を借りることを繰り返していたら、借入金の額が膨れ上がり、返せる金額でなくなってしまった」といった、自分の総財産で債権者全員に対して債務の完済をすることができなくなった場合に、債務者や債権者の申立てにより、債務者について

破産手続開始決定をし、裁判所の選任した破産管財人が債務者の財産を金銭に換えるなどして、それをすべての債権者に公平に分配するという、裁判所での手続のことです。何も財産がない人の場合は、破産手続開始決定をするだけで裁判所の手続は終わってしまいます（これを「同時廃止事件」といいます）。

このような破産事件の手続の終了によっても、債務者の債務は残った状態になりますが、この残った債務について支払わなくてよいようにするためには、「免責許可の決定」を得る必要があります。

また、民事再生事件は、破産の原因である事実の生ずるおそれがある債務者等について、債権者の同意により可決された再生計画に基づいて、債務の減額などをしてその債務の返済をしていくことにより、債務者の財産を債務の返済のために処分して清算することなく、債務者の事業や経済生活の再生を図る手続です。

裁判所で扱っている相続関係の事件

ある人が亡くなり、その相続人の間で、亡くなった被相続人の遺産分割の話し合いをしたが、合意に達しなかった場合、相続人は家庭裁判所に対して他の相続人を相手方として、遺産分割の家事調停の申立てをすることができます。

なお、遺産分割については、当事者間に合意が成立しない場合は、当事者の協議によって解決することが望ましい家事事件手続法別表第2の審判事件として、家事審判で処理されることになります。

また、相続に関しては、相続の承認及び放棄の手続をすることができ、これについては、争訟性がないものとして、家事事件手続法別表第1の審判事項とされています。

今回は、「民事訴訟（通常訴訟）」についてみていきます。

インプラント治療を受ける前に知っておきたい基礎知識

菅井 敏郎 Sugai Toshiro

歯科医師 歯学博士 (一社) 日本歯科審美学会 学術委員
(公社) 日本口腔インプラント学会 専門医・指導医 (公社) 日本顎顔面インプラント学会 名誉会員・指導医



インプラント治療を受ける前に

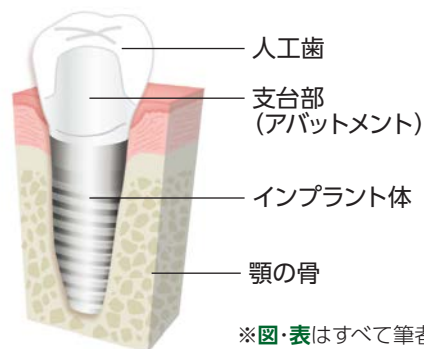
しっかり噛めることが健康長寿や認知症予防など全身の健康に関係することが広く知られてきており、歯を失った後に自分の歯のようにしっかり噛めるインプラント治療を希望する人が増えてきました。インプラントはこれまで利用されてきた入れ歯のように取り外しする面倒がなく、顎の骨に強固に固定されるため入れ歯では味わえない歯応えのあるものを噛むことができます。また、ブリッジのように健康な歯を削る必要もありません。さらに、ブリッジや部分入れ歯は残っている自分の歯を支えにするため歯の寿命を短くしてしまうことがあります。インプラントは残っている歯に負担をかけず自分の歯を長持ちさせる効果も期待できます。そして適切な診断と治療計画のもとに適切な治療を受けメンテナンスを怠らなければ、インプラントはかなり長期間機能することが分かっています。

このように、これまでの治療法に比べて利点が多いインプラントですが、もちろん欠点もあり、リスクや注意すべき点もあります。ここでは、インプラント治療を受ける前に知っておいてほしいインプラント治療の特徴、利点・欠点、リスク、費用、治療を受ける際の留意点などについて分かりやすく解説します。

インプラント治療の特徴

インプラント治療は、顎の骨に人工の歯根(インプラント体)を埋め込み、それを土台として人工歯(上部構造)を装着して、歯の機能を回復する治療法です(図1)。

図1 インプラント模式図

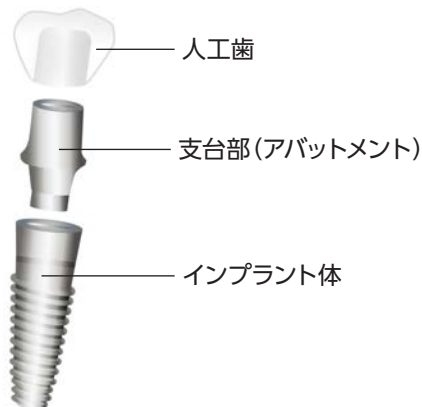


※図・表はすべて筆者提供

インプラントの構造は一般に3つのパーツからなり、顎の骨に埋め込まれる部分「インプラント体」、歯冠に相当する「人工歯」、インプラント体と人工歯を連結する「支台部(アバットメント)」から構成されます(図2)。

インプラント体はチタン製でネジの形状をしたものが主流であり、人工歯(上部構造)は自然な歯の色に近く丈夫なジルコニアなどが用いられています。

図2 インプラントの構造



一般的なインプラント治療の流れは次のようになります。

1. 相談・カウンセリング

治療法は1つとは限りません。患者さんの口

の状態だけでなく身体の状態^{からだ}をうかがい、歯科医師と患者さんとで一緒に治療法を考えていきます。

2. 検査

口の中、顎関節^{がくかんせつ}、顎の筋肉など局所的な状態に加え、全身的な状態を把握し、CT検査などを行いインプラント治療の可否を診断します。

3. 前処置

歯周病やむし歯などがあればインプラント治療前に口の状態を整えておく必要があります。

4. 治療計画立案とインフォームドコンセント

最終的な治療計画を立て、患者さんに説明して同意を得ます。

5. インプラント埋入手術

麻酔をして顎の骨にインプラントを埋め込みます。通常は抜歯程度の手術侵襲です。埋入手術後、インプラントが骨と結合する治療期間を待ちます。骨の状態やインプラントの種類などによって異なりますが、一般に2カ月程度の治療期間を待つことが多いです。

6. 人工歯の装着

型取りと咬み合わせ^{かみあわせ}の記録を取り、人工歯を作製して装着します。まず仮歯を装着して咬み合わせ、見た目、清掃性などを調整し、形や色などが決まったら最終的な材料(ジルコニアなど)で作製します。

7. メンテナンス

インプラントを長持ちさせるためにはメンテナンスが重要です。自身でのケア(ブラッシングなどの口腔清掃^{こうくうせいそう})に加え、歯科医院での定期的な清掃や咬み合わせの調整などの管理が必要です。

他の治療法との比較、それぞれの治療法の利点と欠点

歯を部分的に少数失った場合の回復法として、入れ歯、ブリッジ、そしてインプラントの3つの選択肢があり、歯を多数失った場合やすべて失った場合には、ブリッジを用いることができず、入れ歯かインプラントの2通りの選択肢になります。

表 治療法の比較、各治療法の利点・欠点

	治療法	利点	欠点
入れ歯	 1本から複数本の歯を失った場合に適用。歯が抜けた部分の歯ぐきに人工歯のついたピンク色の床を載せ、残っている歯に留め金をかけて安定させる	・治療期間が短い ・保険適応内の入れ歯は治療が安価	・部分入れ歯では留め金をかけた歯が負担を受ける ・異物感が大きく慣れるのに時間がかかる ・毎食後取り外して清掃が必要 ・固いものが噛みにくい
	 すべての歯を失った場合に適用。人工歯がついたピンクの床(義歯床)を歯ぐき全体に密着(吸着)させる		
ブリッジ	 1本から少数本の歯を失った場合に適用。失った歯の両隣の歯を大きく削って支えにし、橋をかけるように人工歯をかぶせる	・固定式で違和感が少ない ・治療期間が短い ・支えている歯が丈夫なら固いものでも噛みやすい ・保険適応内のブリッジは治療が安価	・支えになる自分の歯を大きく削る必要がある ・支えになる歯に負担がかかる
インプラント	 1本からすべての歯を失った場合に適用。顎の骨にインプラント体を埋め、人工歯をかぶせる	・入れ歯のように取り外しの面倒や異物感が少ない ・ブリッジのようにまわりの自分の歯を削る必要がない ・固いものがよく噛める ・残っている歯に負担をかけずに周囲の歯を長持ちさせる効果が期待できる	・外科手術が必要 ・治療期間が長め ・保険適応外^{*1}のため治療費が高額

*1 2012年4月より、腫瘍(しゅよう)での顎骨(がっこつ)切除後や先天性疾患などで一定の条件を満たす症例に対して、実施可能な病院は限られるが「広範囲顎骨支持型装置及び広範囲顎骨支持型補綴(ほてつ)」としてインプラントが保険適応となった

これらの治療法にはそれぞれに利点・欠点があります。治療法の比較と各治療法の利点・欠点を表にまとめましたので、ご自身の状態に合わせて治療法を選択する際の参考にしてください。

入れ歯の利点は、まわりの歯をほとんど削らなくてすむこと、治療期間が短いこと、保険適用内の入れ歯は治療費が安価なことなどで、**欠点**は、異物感が大きく、慣れるのに時間がかかること、毎食後取り外しして清掃が必要なこと、固いものが噛みにくいこと、部分入れ歯では留め金をかけた歯が負担を受けることなどです。

ブリッジの利点は、固定式で違和感が少ないこと、治療期間が短いこと、支えている歯が丈夫なら固いものでも噛みやすいこと、保険適用内のブリッジは治療費が安価なことなどで、**欠点**は、支えになるまわりの歯を大きく削る必要があること、支えになる歯に負担がかかることなどです。

インプラントの利点は、ブリッジのようにまわりの自分の歯を削る必要がないこと、入れ歯のように取り外しの面倒や異物感が少ないこと、固いものがよく噛めること、残っている歯に負担をかけず自分の歯を長持ちさせる効果が期待できることなどで、**欠点**は、外科手術が必要なこと、治療期間が長めなこと、保険適用外のため治療費が比較的高額なことなどです。

インプラント治療のリスク

インプラント治療には全身的なリスクと局所的リスクがあります。インプラント治療は顎の骨にインプラント体を埋め込む外科手術が必要のため、従来の歯科治療の延長線上の治療ではありません。一般的な歯科治療以上に全身への治療リスクの把握が必要で、インプラント治療を受けられない場合もあります。例えば、成長発育中の子ども、重篤な心疾患や血液疾患、コントロールできない糖尿病など持病(全身疾患)がある場合などです。持病(全身疾患)があっても医科で治療を受けてコントロールされており、抜

歯などが可能な状態ならばインプラント手術を受けられます。ただし、インプラント手術を行う歯科医師と医科の主治医との間で密に連携を取る必要があります。インプラント治療を勧めながら口の中しか診ない歯科医師、服用している薬や持病に関して聞かない歯科医師、薬や全身疾患に関しての知識がない歯科医師は避けたほうがよいでしょう。

局所的には、インプラントを埋める骨の状態、血管神経の走行、食いしばりや歯ぎしりの有無、顎関節の状態、過度な審美性(見た目)への期待もリスク因子となるでしょう。インプラントは顎の骨に埋め込むため、骨の量が少ないと手術が難しくなります。CT撮影を行い三次元的(立体的)に骨の形態、血管、神経、上顎洞の状態などを把握しなければなりません。過去には、インプラント手術で神経や血管を傷つけ、唇が痺れたままになったり大出血を起こしたりしたトラブルも報告されています。(公社)日本顎顔面インプラント学会による「インプラント手術関連の重篤な医療トラブル」の調査では、下歯槽神経損傷(ドリルで顎の骨を削る際やインプラントを埋入する際に神経を傷つけてしまう)、上顎洞内インプラント迷入(上顎の空洞にインプラントが落ち込んでしまう)、上顎洞炎(上顎の空洞に感染が及んで、いわゆる蓄膿症になる)が上位を占めていました。また、骨だけでなく、粘膜(歯肉)が健康であることも大切です。近年、術後のケアが不十分で歯周病のようにインプラント周囲の粘膜(歯肉)が腫れて膿が出たり骨が痩せてしまうインプラント周囲炎が増えています。

これらのリスクを最小限に抑えるためには、経験豊かな歯科医師による適切な診断と治療計画、適切な治療が重要です。そして、定期的なメンテナンスと患者さん自身のケア(歯磨き、口腔清掃など)を怠らないことが大切です。インプラント治療を検討されている人は、これらのリスクを理解したうえで、信頼できる歯科医師と相談することをお勧めします。

インプラント治療の費用

インプラントの治療費は一部の症例を除き（※1参照）自費になります。検査法、インプラントの種類、本数、材料、治療方法、設備、治療に参加するスタッフ数（一般にインプラント手術には術者を含め4人程度のスタッフが必要）、歯科医師の経験などにより異なります。検査から手術、人工歯装着まで含め、目安としてインプラント1本40～65万円程度でしょう。ウェブサイトなどで治療費の安さを主張しているものがありますが、治療費が安ければよいのか、使用するインプラントや関連する材料の品質、手術室の有無や設備、術者を含め手術や治療に参加するスタッフ数と熟練度などをよく吟味し検討するとよいでしょう。

インプラント治療を受ける際の留意点

インプラント治療の内容をまったく知らずに歯科医師に任せておけば大丈夫と考えている患者さんも少なくありません。しかし、それはどうでしょうか。歯科医師によってインプラントの知識と技術に差があることは残念ながら事実です。実際に「検査を十分に受けないまま、十分な説明がないまま治療を開始し、結果に満足していない」「インプラントの埋入位置が不適切で、見た目が悪く噛めない」「よいことばかり聞いていたが思っていた治療と違う」などということがあります。こうしたことを避けるためには、患者さん自身がインプラント治療の内容を知っておくこと、信頼できる歯科医師を探すことが大切です。

インプラント治療の相談に行って、「あなたはすぐにインプラントにするべきです」という歯科医師は避けるほうがよいでしょう。なぜなら歯を失った場合の治療法はインプラント治療以

外にもあり、歯科医師はすべての治療法を提示する義務があるからです。よい歯科医師は、インプラント治療の利点ばかり強調せず欠点も十分に説明してくれる歯科医師、インプラント以外の治療の選択肢も示して患者に考える時間を十分与えてくれる歯科医師です。もしもそういう姿勢がなく、不十分な説明で納得がいかない場合は、他の歯科医院でセカンドオピニオンを受けることを勧めます。インプラント治療は、長い時間と高額な治療費を支払って受ける治療ですから、信頼して任せられる歯科医師の治療を受けたいものです。どの歯科医師に治療を受けるのかは、時間をかけて慎重に歯科医師（歯科医院）を選び、納得したうえで決定しましょう。

日本歯科医学会にはインプラント治療に関連する「（公社）日本口腔インプラント学会」と「（公社）日本顎顔面インプラント学会」の2つの分科会（学会）があり、両学会ともに学会認定専門医、指導医の制度を設けています。学会認定専門医、指導医を取得するには学会指定研修機関に一定年数以上在籍して研鑽^{けんさん}を積み、十分な実力、実績があるかを審査・試験をしたうえで認定されます。（公社）日本口腔インプラント学会と（公社）日本顎顔面インプラント学会の認定専門医、指導医は各学会ウェブサイトですべて検索することができます^{*2*3}。

インプラント治療は、慎重に行えば入れ歯やブリッジに比べて機能改善は優れており、長持ちする治療法です。信頼できる歯科医師と十分に相談して、納得したうえで治療を受けるようにしてください。

（編集部）インプラント治療は機能回復を主な目的としたもので、いわゆる「美容医療」の範ちゅうではありませんが、歯科治療の中では押さえておきたい知識として、今回は特別に本連載で取り上げました。

*2 （公社）日本口腔インプラント学会ウェブサイト「指導医 専門医を検索する」<https://www.shika-implant.org/certification/list/search/>

*3 （公社）日本顎顔面インプラント学会ウェブサイト「専門医一覧」https://www.jamfi.net/senmonni/PDF/list_senmonni.pdf
「指導医一覧」https://www.jamfi.net/senmonni/PDF/list_shidouji.pdf



アメリカ

乳牛の鳥インフルエンザ感染で注意すべきこと

CDC(アメリカ疾病管理センター) <https://www.cdc.gov/bird-flu/spotlights/h5n1-response-07122024.html>

https://www.cdc.gov/bird-flu/prevention/hpai-interim-recommendations.html?CDC_AAref_Val=https://www.cdc.gov/flu/avianflu/hpai/hpai-interim-recommendations.html#cdc_generic_section_3-recommendations-for-the-public

FDA(アメリカ食品医薬品局) <https://www.fda.gov/food/alerts-advisories-safety-information/updates-highly-pathogenic-avian-influenza-hpai#new>

2024年3月、テキサス州とカンザス州の牧場の乳牛から採取された口腔拭い液と加熱殺菌されていない生乳(以下、生乳)のサンプルから高病原性鳥インフルエンザ(HPAI)H5N1亜型ウイルス陽性が世界で初めて確認され、7月には12州の151乳牛群に感染が拡大した。感染した鳥は死ぬが、乳牛は食欲減退や乳量の減少などがみられる程度という。同年4月にはヒトへの感染が確認され、その後、酪農労働者の感染が4件報告された。CDCは、動物からヒトおよびヒトからヒトへの感染拡大の可能性は現時点では低いと考えているが、感染リスクを避けるために、●できるだけ病気や死んだ野鳥、家禽、家畜、その他の野生動物に触れない ●家畜等の糞尿や糞尿で汚れた敷料(わら、もみ殻など)、生乳や感染を確認した鳥や牛の周囲の物にできるだけ触れない ●生乳を飲まない

●感染の可能性がある場合を含め、感染したものに触れる必要のある際は、PPE(個人防護具＝使い捨てのカバーオールや手袋、長靴、ゴーグル、N95フィルターマスク等)の着用するといったことを推奨している。PPEを着用していても接触から10日間は感染リスクがあるので、結膜炎や新たな呼吸器疾患の症状が表れたら、迅速に検査し非感染の診断が出るまでは隔離が必要としている。

また、CDCとFDAは生乳とその乳製品を摂取する危険性を強く訴えている。アメリカでは、味や未加工品への好みなどを理由に加熱殺菌を拒否する消費者もいる。FDAは生乳を選んでいる消費者向けに、加熱殺菌は、●生乳の栄養価を低下させない ●乳糖不耐やアレルギーの原因ではない ●有害な細菌を死滅させ我々の命を守る、などと説明している。



オーストラリア

退職年金詐欺から消費者を守るために

CHOICE(オーストラリア消費者団体) <https://us4.campaign-archive.com/?u=270103a13e38b9f6643b82a8e&id=4f66a335c6>

ACCC(競争・消費者委員会) <https://www.accc.gov.au/media-release/scam-losses-decline-but-more-work-to-do-as-australians-lose-27-billion>

FSC(金融サービス評議会) <https://fsc.org.au/news/media-release/media-release-fsc-superannuation-members-lead-the-way-in-protecting-consumers-from-scams-and-fraud>

オーストラリアの年金制度は、税を財源に所得・資産調査に基づいて給付される老齢年金(AP)と、事業主の強制拠出と被用者や自営業者の任意拠出による確定拠出年金(退職年金)からなる。オーストラリアの年金ファンド市場は総額3.5兆豪ドル(約350兆円)といわれ、その大部分を退職年金ファンドが占める。しかし近年はファンドからの個人情報流出事案が相次ぎ、これを悪用したとみられる詐欺も頻発している。2023年のACCCへの詐欺報告は約60万件、損失額が27.4億豪ドル(約2740億円)、65歳以上の高齢者層の損失額は約13%増加の1.2億豪ドル(約120億円)に上ったという。

この退職年金関連の消費者問題にCHOICEと連携して取り組むSCA(スーパー・コンシューマーズ・オーストラリア)によると、2022年以降大手3つの

ファンド加入者で最大17.8万人がフィッシング詐欺などのリスクにさらされているという。

金融サービス業の国内の代表的な100社以上を会員とする業界団体のFSCは7月、退職年金詐欺に対する顧客保護のために業界初となる詐欺軽減基準を発表した。この基準ではリスクの高いすべての取引にMFA(多要素認証)を義務づけるとともに詐欺行為の監視や対処の明確な方針・手順の導入などを各退職年金ファンドに要求しており、2026年7月1日までに、できるだけ早期に導入するよう求めている。

SCAはこれを対策の第一歩と歓迎しつつも、FSCの自主基準であり、対象は退職年金ファンド加入者全体の約4分の1に限られ、また、2026年までは義務化されず、決定的解決策にはならないと指摘し、早急に年金詐欺防止法を制定するよう政府に求めている。

消費者教育 実践事例集

自分の体調を自分の言葉で伝えよう

—主体的に医療にかかわる「医療消費者」を幼児期から育む—

田村 久美 Tamura Kumi 川崎医療福祉大学医療福祉マネジメント学部 准教授

現職着任をきっかけに、医療消費者概念の探究など、医療に関する消費者教育研究に着手。

現在は、理論から実践研究へ展開。著書に『医療消費者論』（泉文堂、2016年）がある

幼児期からの医療消費者教育の必要性

医療消費者とは、「自分の身体を健康にする手段として医療サービスを受療し、その対価として医療費を払い、治療方法や薬、医療費などの情報を患者の立場で責任を持ち知ろうとする人」です。こうした人を育成する医療消費者教育とは、医療領域における人間の生涯の発達段階に応じた消費者教育といえます。しかし、専門性の高い医療サービスを受けるとき私たちは、医師など医療従事者の判断に委ねがちになったり、疑問点を聞くことを躊躇します。既往歴や症状を詳細に伝えられない場合もあります。一方で、正確な診断を得るためには、患者参加は欠かせません。まずは、自分の身体の不調を知り、伝える意識と行動が医療消費者の基本行動といえます。この意思表示を当たり前に行えるようになるためにも、幼児期からの育みが重要です。

岡山県消費生活センターとの連携

2019年に立ち上げた被害防止応援団「吉備団」は、川崎医療福祉大学で私が指導しているゼミ生（3・4年次）で活動する消費者教育ボランティアです。2020年に、岡山県消費生活センター（以下、県センター）のボランティア講師派遣に登録したことで活動体制が整い、講座対象は高齢者、視覚障がいや聴覚障がい、知的障がいの高校生などに広がりました。学生は卒業後に、医療事務職に従事するため、多様な人とのかわりは大変貴重な経験の連続です。そして、この活動が一時的なものにならないよう継続性を実現する鍵となるのが、内部と外部のコーディネーターの存在です。前者は担い手となる大学

生と行政等をつなぐ教員です。後者は担い手と関係団体や行政をつなぎ、活動を円滑化させる県センターと消費者教育コーディネーターです。本稿で紹介する、幼児を対象とする医療消費者教育も県センターとの連携で実現した活動の1つです。

保育園で実施した医療消費者講座

2023年11月、岡山県内の保育園（年長[5～6歳児] 19名）で講座を実施しました（写真）。講座目的は、①幼児が自分の身体の変化や状態を他者に伝え、自身の情報を知らせることの意味を理解させる。②家族（家庭）や保育士（園）、医師等（病院）に自分のことを伝える（行動する）ための表現方法や状況対応を理解させる。③園や家庭の協力を得て、講座での学びを日々の生活に活かせるよう習慣化させることです。

子どもの集中力を高めやすいペープサート（紙人形による寸劇）では、主人公「うさた」（うさぎ）、主人公の友達「ニャンちゃん」（猫）、園の先生「パンダ先生」、主人公の保護者（うさぎ）、医師「ヤギ医者」が登場します。寸劇は2つのストーリーです。前半は、「主人公うさたが自分の不調（お腹が痛い）を伝えられず泣いてばかり、ニャンちゃんやパンダ先生を困らせる。迎えに来た

写真 幼児を対象とした医療消費者講座の場面

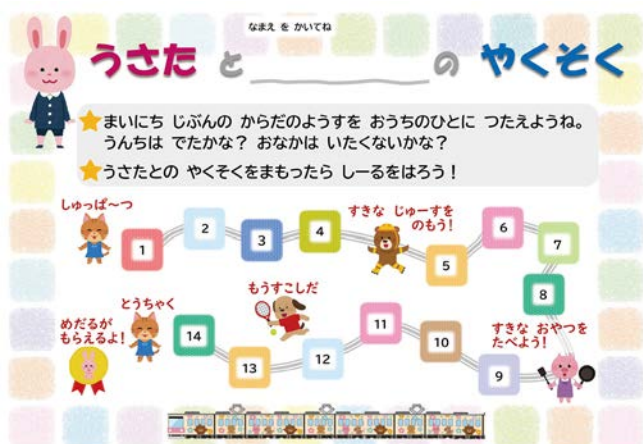


保護者と病院に行き診察を受けるが、医師から「どこが」「どのように(痛いか)」「いつから(痛いか)」を尋ねられても何も答えない。代わりに保護者が答える”というものです。後半は、“うさたが自分の不調(お腹が痛い)を友達や園の先生に伝える。保護者と病院で受診するときも医師の問いかけに自分で答える”という展開です。前半と後半の間には、「なぜ、うさたは泣いてばかりで、何も答えなかったのか」など振り返りの問いかけをします。園児達は、自由に返答をしてくれたり、隣に座っている子と話し始めます。このように自分の考えを声に出すことも、相手に伝える訓練となります。

さらに、学習の継続性と習慣化をねらいとする2つの事後学習を作成しました。1つは、不調を伝える指標となる14の症状を表す行動イラスト(例えば、頭が痛いしぐさをしているうさぎのイラスト)を園内に掲示してもらいました。もう1つは、家族を巻き込み実践する演習シート(手作りシール付き)です(図)。子どもに、楽しみながら毎日繰り返し体調を保護者に伝える行動を促すことを目的としたものです。

本教材の成果が出るよう、また寸劇は幼児の集中力を欠かずに最後まで観賞できるよう工夫し、さまざまな情報を得て試行錯誤しました。ゼミ生の家族や知人の保育士、子育て真っただ中の方、孫のお世話をする方に、講座で使用する

図 制作した演習シート



イラスト：いらすとや
うさたとのやくそくシート作成：被害防止応援団 吉備団

「言葉の選択」の助言をもらったり、ペープサートや小道具作成、リハーサルは高齢者などへの講座経験を活かしました。保育士による演劇の動画を見てアイデアを出し、話すスピードや登場人物に合った声色などを反復練習しました。準備期間を要し夏休みを返上しましたが、全員協力で完成させました。ゼミ生も私自身も消費者教育の創生に携わり、この経験は付加価値のある貴重なものと感じています。吉備団のモットーは「挑戦することを楽しむ」です。時にはゼミ生内のゴタゴタもありますが、「私たちが消費者教育の担い手となり発信する!」という強い思いを忘れずに、県センターのサポートをいただきながら活動しています。

寄せられた感想

保育園での実践前のリハーサルとして、消費者教育コーディネーターの発案から、地域で活動する団体を通じ4世帯(2～7歳の子ども9名、保護者4名)へ講座を行いました。この実現も、外部コーディネーターとの連携ポイントといえます。講座終了後に得た感想は、「寸劇と同じ出来事があり、子どもは我慢していた。やはり不調があるときは保育士などに言えるようになってほしい」「受診時に、医師からの問いかけに、親が先に口を出してしまう。子どもに言わせるようにしないといけないと思った」などがありました。

また、保育園での講座では、実施後に園児から「朝、うんちが出た」など自分の体調を保育士に報告する子どもがいたと園長から聞きました。

今後、望むこと

本講座内容を、一人でも多くの幼児に届くよう教材化し、全国の幼児の保育や教育の場で実施できれば、幼児だけではなく、大人である保育士や保護者等も医療消費者行動について考えてもらう素地ができるのではないかと、思います。

私たち吉備団の活動はまだまだ続きます!



松原 仁 Matsubara Hitoshi 人工知能研究者

京都橘大学工学部情報工学科教授。公立はこだて未来大学特命教授。元人工知能学会会長、前情報処理学会副会長。著書に『AIに心は宿るのか』（集英社インターナショナル、2018年）『やさしくわかる！文系のための東大の先生が教えるChatGPT』（ニュートンプレス、2024年）など

生成するAI (2)

chatGPTのしくみ

前回、プロンプトと呼ばれる文章を入力すると回答の文章を出力してくれる言語生成AIの第1号としてchatGPTを取り上げました。その説明を続けましょう。

chatGPTのchat(チャット)は軽い対話や雑談を意味する英単語です。GPTが文章を生成する技術を指しています。Generative Pretrained Transformerという英単語列の頭文字を続けたのがGPTです。generativeは生成の意味です。pretrained のtrainは学習するという動詞(トレーニングのトレインです)で、「前」を意味するpreがついているので事前学習の意味になります。最後のtransformerが、前回紹介したようにchatGPTの中心となるアルゴリズムの名前です。transformerは変形するものという意味ですが、日本でもトランスフォーマーと片仮名で表すことが多いです。トランスフォーマーは2017年に発表されたディープラーニングの一種のアルゴリズムで、グーグルの研究者によって開発されました。題名が“Attention is all you need”というどこかで見たような(ビートルズの有名な「愛こそすべて」の元の題名に似ています)論文です。

トランスフォーマーを正確に理解するには数式などが出てきてそれなりに大変なのですが、ここではトランスフォーマーの基本的なしくみを説明しましょう。事前に学習した膨大な言語データに基づいて、文章の中で欠けている場所にどの単語が入るのかを統計的に予測するのがトランスフォーマーです。「日本の総理大臣は岸田文雄である」という文章を例に考えてみます。

前回(2024年8月号)から最新のAIの用語解説ということで、まず生成AIの話から始めました。今回はその続きです。生成AIは統計的に答えを求めている(ので間違えることもある)ことを学びます。

この文章そのものの表現かどうかはともかくとして、同じ意味の文章はchatGPTが学習した言語データの中に(日本語ではなく英語として)たくさん含まれているはずで、仮に文章が途中の「日本の総理大臣は」までできているとします。この次にどの単語が来るかを(それまでが「日本の総理大臣は」となっているという条件付きで)学習した言語データから探します。統計的に探すので、「日本の総理大臣は」と関連している情報の中でたくさん出てくる単語が出る確率が高くなります。岸田文雄という単語が見つければ「岸田文雄」と出力することになります。注意すべきは、正解の情報を推論して求めているのではなく、あくまで統計的にもっともらしいものを見つけているということです。そのために確率は低いですが、「菅義偉」と前の総理大臣を見つけることもあります。その場合はchatGPTは間違った回答をしてしまうのです。もっと確率は低いですが「田中角栄」と間違えることもあり得るかもしれません。日本の総理大臣として岸田文雄の名前が圧倒的に多いので、chatGPTも岸田文雄と出力する確率が圧倒的に高いということになります。

このようにchatGPTはトランスフォーマーというアルゴリズムを使って、いわば文章の単語穴埋め問題を連続で(統計的に)解いているのです。それで前回紹介したお薦めの本の紹介のような流ちょうな文章が生成されるというのが驚きです。この驚きというのは、AIの専門家だけでなく、オープンAIでchatGPTを開発した人たちも感じたと言われています。作ってみたら、作った本人も驚くほどの予想外の高い性能があったということです。そのあたりをchatGPT

に聞いてみました。

トランスフォーマーの特性

筆者の問い chatGPTはトランスフォーマーという比較的単純なアルゴリズムを使っているのに流ちょうな文章を出力できるのはなぜですか？

ChatGPTの回答

ChatGPTが流ちょうな文章を出力できる理由は、トランスフォーマーというアルゴリズムの特性と、膨大なデータによる学習にあります。以下にその要点を説明します。

1. トランスフォーマーの特性

トランスフォーマーは以下のような特徴を持っています：

- ・自己注意機構(Self-Attention)：トランスフォーマーモデルは、文中のどの単語が他の単語にどれだけ関連しているかを学習します。これにより、文脈全体を考慮した上で単語を理解し、適切に文章を生成することができます。
- ・並列処理の効率：RNNやLSTMのようなシーケンシャルな処理ではなく、トランスフォーマーは並列にデータを処理するため、効率的かつ高速に学習できます。
- ・スケーラビリティ：トランスフォーマーはパラメータ数を大規模に増やしても性能が向上することが知られており、大規模モデルの学習に適しています。

2. 膨大なデータによる学習

ChatGPTは以下のような学習プロセスを経ています：

- ・大量のテキストデータ：書籍、記事、ウェブページなど、さまざまなソースから収集された大量のテキストデータを用いて学習しています。このデータセットには、さまざまな文体やトピックが含まれているため、多様な文章生成が可能です。
- ・教師あり微調整 (Fine-tuning)：基本的な学習の後、人間のフィードバックを元にした微調整が行われます。これにより、より自然で適切な応答を生成する能力が高められます。

3. 確率的モデル

トランスフォーマーモデルは次の単語を予測する際に、確率的に最も適切な単語を選択します。このプロセスにより、自然な文章生成が可能とな

ります。

まとめ

トランスフォーマーの高度なアルゴリズムと膨大なデータによる学習プロセスが組み合わさることで、ChatGPTは流ちょうな文章を生成することができます。自己注意機構や並列処理の効率、スケーラビリティなどのトランスフォーマーの特性が特に重要な役割を果たしています。

ところどころ専門用語が出てきますが気にせず読み飛ばしていただくと、要するに「膨大なデータによる学習」に高い性能の秘密があることが分かります。前回説明したように45テラバイトという膨大な文章データを学習したことによって、流ちょうな文章を生成できるようになったのです。このトランスフォーマーというアルゴリズムは学習データが大きくなればなるほど、より正確には前回説明したパラメータ数が大きくなればなるほど性能が上がるのが経験的に分かっています。chatGPTはパラメータ数が1750億という大きさだったのでそれまでにない性能を発揮できました。chatGPTの後に開発された言語生成AIの中にはパラメータ数が5000億とか1兆とかに及ぶものも出てきています。パラメータ数が大きくなるとそれだけ高性能のコンピュータが必要になるので、前回説明したGPUをたくさん用意してそれらを並列に動かさないといけません。

生成AIは統計的な計算で答えを出しています。これはトランスフォーマーを含むディープラーニングという技術が統計的な計算に基づいているためです。統計的に得られた答えは正解であることが多いという、いわば経験則に基づいています。しかし100%でない限りは間違いである可能性があります。これが、生成AIが時々間違ったことを書く理由です。前回お薦めの小説を聞いたら幾つも著者や題名を間違えたのもこのためです。しかし最初の頃のchatGPTと比べると、最近はかなり間違いが減っています。人間も(不注意にしろ故意にしろ)間違ったことを書くことがあるので、間違いが人間並み以下になれば十分使える道具と言えるでしょう。



電子マネーやショッピング ポイントは、保証される？

相談者の気持ち

近所のスーパーでは独自の電子マネーを発行しています。チャージした電子マネーで買い物をするとポイントが付くため、毎月、チャージして利用していました。ところが、突然、店が閉店。チャージした電子マネーとたまったポイントは戻ってきますか？

小島 直樹 Kojima Naoki 弁護士

第二東京弁護士会・消費者問題特別委員会に所属。一級建築士。通商産業省（現経済産業省）などの勤務経験を生かし、消費者被害救済のほか、高齢者や中小企業の法律問題など広く取り組む



電子マネーとは、現金の代わりに使える電子データ化されたお金のことをいい、工夫を凝らしたさまざまな名称を付けて発行されています。法的には「前払式支払手段」（資金決済法3条1項）といわれます。

前払式支払手段といえるには、その支払い手段の価値が保存され、対価を得て発行され、支払い等に利用されることが必要ですが、ご相談の電子マネーは、チャージすることで買い物ができる電子マネーが与えられるしくみとなっているため、前払式支払手段に該当します。

では、電子マネーを発行していた店（発行者）が閉店（倒産又は廃業したものと考えことにします）した場合、電子マネーの残高はどうなるのでしょうか。

資金決済法により、発行者は未使用残高（基準日におけるもの、以下同じ）が1000万円を超える場合には、その2分の1以上の金額を供託しなければならないことになっています（発行保証金の供託、同法14条1項）。これは、発行者が前払式支払手段の発行を続けられなくなった場合も払い戻しが可能となるように定められた、消費者保護のための規制です。もともと、前払式支払手段の払い戻しは、発行業務を廃止した場合以外は認められませんので、その際の払い戻しを保証するものといえます。

ご相談の店の電子マネーの未使用残高が1000万円を超えていれば、少なくともその2分の1は発行保証金によって払い戻しが保証されることになります。

未使用残高が1000万円以下の場合、発行保証金を供託する義務はありませんので、消費者がチャージしたお金は、その消費者が発行者に預けた（貸した）お金ということになり、発行店に対して返済を請求することになります（発行保証金で不足する分についても、発行店に対して返済を請求することになります）。

ポイントについてはどうでしょうか。

ご相談の店のポイントは電子マネーとは別に発行、管理されていたように思われますが、そうだとすれば、ポイントは買い物に対して店が客に与える景品の一種という考え方もできそうです。

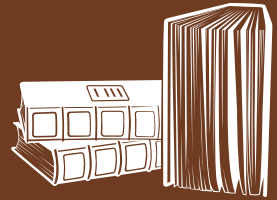
景品については、景品競争で事業者間の競争が不公正にならないように、景品表示法により規制されています。ポイントの価値については、その店の規約を確認し、何らかの消費者保護手段を決めていなければ、消費者が請求することはできないということになります。

ただ、ポイントも発行の仕方によっては、電子マネーと同様に前払式支払手段として扱われる場合もありますので、最寄りの消費生活センター等や弁護士にご相談ください。



暮らしの判例

国民生活センター 消費者判例情報評価委員会



消費者問題を考えるうえで参考になる判例を解説します。

タレントレッスン受講契約が特定継続的役務提供契約に該当 するとして、クーリング・オフにより全額の返金を命じた事例

タレントのレッスン受講契約を締結した消費者が、特定商取引法48条1項に基づき契約解除（クーリング・オフ）し、あるいは予備的に契約の解除による返金を認めない旨の契約条項が消費者契約法9条1号（当時、現行法9条1項1号）及び10条に反し無効であると主張し、支払済みの入学金と受講料の返還を求めた事案で、当事者双方が本件契約が特定商取引法に定める特定継続的役務提供契約に該当することを認めており、消費者が受領していた契約書面の記載内容が特定商取引法に違反していることから、未だにクーリング・オフ期間は経過していないとして消費者のクーリング・オフ行使を有効と認め、全額の返金を命じた事例。

（東京地方裁判所令和4年3月7日判決 LEX/DB）

原告：X（消費者）
被告：Y（事業者）

事案の概要

Xは、個人である。Yは、芸能プロダクションの経営及びエキストラの募集並びに各種学校・教室の生徒募集及び生徒管理等を目的とする事業者である。

Xは、2019年4月上旬、Yとの間で、以下の約定で、Xが〇〇座においてオーディションに向けたレッスン（特定継続的役務提供である芸能及び演技等に関する専門的な用語、台詞等に係る語学の教授〔特定商取引に関する法律（以下、特商法）41条1項1号、特定商取引に関する法律施行令12条、同別表第四の三〕を含む。）を受講することを内容とする契約（以下、本件受講契約）を締結し、Yに対し、入学金及び受講料の合計48万円を支払った。

契約内容の概要は以下のとおりである。

（1）レッスン期間

2019年4月から2020年4月まで

（2）入学金26万円、受講料22万円

（全150コマ受講可能）

Xは、本件受講契約の締結に際し、Yから、「〇〇座レッスン申込書兼契約書」（以下、本件契約書）及びレッスンに関する規則が記載された書面（以下、「本件規則」といい、本件契約書と併せて「本件交付書面」という）の交付を受けている。これらの各書面には、次のとおりの記載がある。

ア 本件契約書の「クーリングオフ制度の適用」に関する記述内容

「当社の受講生は、クーリングオフ制度による契約解除の権利があります。」

「本書面を受領した日を含む8日以内であれば、理由の如何に関らず、無条件に申込みの撤回及び契約解除ができます。その場合、一切の損害賠償や契約金の支払をすることなく、金額が返金されます。」

「クーリングオフは、書面及び電話連絡で行う事ができ、解約するという旨とその他法律の定める必要事項を記入の上、当社までお送りください。クーリングオフの効力は、書面を発信した時（郵便消印日付）から生じます。また、事業者が



虚偽の発言やクーリングオフの妨害を行い、手続きを行えない場合は期間が経過していても、クーリングオフが可能になります。』

イ 本件規則の返金に関する記述内容

第9条(返金)

「いかなる理由で本契約を途中で解除・解約した場合であっても、入学金は一切返還しないこととします。」

第21条(解約規定)

「解約に際して入学金及び受講料、諸費用の返金はありません。但し、諸事情がある特別な場合は、誠意ある双方の合意のうえ、速やかに手続きを行うものとする。」

Xは、本件受講契約に基づくレッスンを一度も受講することなく、2019年6月中旬到達の書面により、Yに対し、本件受講契約を解除するとの意思表示(以下、本件解除)をし、支払済みの入学金及び受講料の返還を催告した。

ところが、Xがクーリングオフの通知をしたにもかかわらず、Yは一切返金しようとしなかった。

そこで、XはYに対して支払済みの入学金及び受講料の合計48万円の返金を求めて本件訴訟を提起した。クーリングオフの通知に加えて、Xは、2020年2月中旬送達の本件訴状により、Yに対し、本件受講契約を取り消すとの意思表示をした。

本件訴訟における主な争点は、本件交付書面(契約書及び規則)の交付をもって特商法42条2項の書面の交付があったといえるか、であった。

理由(裁判所の判断)

本件判決は、下記のように判断してXのクーリング・オフの行使を有効と認め、Yに支払済みの入学金と受講料の全額を返還すべき旨を命じた。

本件受講契約が特定継続的役務提供等契約(特商法41条、42条)に当たるとは当事者間に争いがなく、これを認めることができる。したがって、Yは、特商法42条2項により、本件受講契約の締結に際し、遅滞なく、クーリングオフ(特商法48条1項)及び中途解約権(特商法49条1項)等の権利の内容を含む本件受講契約の内容を明らかにする書面をXに交付しなければならず、特商法48条1項、7項によりXが上記書面を受領した日から8日を経過するまでは、Xは無条件で本件契約の解除(クーリングオフ)をして、支払済みの金員全額の返還を求めることができることになる。

そこで、本件受講契約の締結につき、本件交付書面の交付をもって特商法42条2項の書面の交付があったといえるかについて検討する。

本件契約書には、クーリングオフに関する記載が存在するものの、同書面と同時にXに交付された本件規則には、本件受講契約の解除に関し、いかなる理由で本件受講契約を途中で解除・解約した場合であっても、入学金は一切返還しない旨(本件規則9条)、解約に関して入学金及び受講料、諸費用の返金がない旨(同21条)の記載が存在し、他に、本件交付書面中に中途解約権(特商法49条1項)に関する記載は見当たらない。そうすると、本件交付書面の記載内容からは、Xが特商法49条1項により中途解約権を行使することができ、その場合に、同条2項によりYのXに対する違約金等の請求が制限される旨を理解することは困難であり、かえって、本件規則9条及び21条の規定を併せて読むと、解除によっても未受講分の受講料を含む支払済みの^{すべて}の金員が返還されないかのような誤解を招くおそれのある内容であるといわざるを得ない。このことからすれば、本件交付書面の交付をもって特商法42条2項の書面の交付があったということはできない。

以上を前提とすると、特商法48条1項に定め



る期間が本件解除時まで経過したとは認められないから、本件解除は、同条項による解除(クーリングオフ)としての効力を有することになる。よって、Yは、Xに対し、特商法48条1項に基づく本件解除に基づき、受領済みの入学金及び受講料の合計48万円の返還義務及びこれに対する同解除の日の翌日である2019年6月中旬から支払済みまで民法所定の年5分の割合による遅延損害金の支払義務を負う。

解説

近年では、街頭でのスカウトを装った勧誘だけでなく、インターネットによるオーディションの募集などを見た消費者が、自分からオーディションなどに申し込み、タレント・モデル・アイドル・声優などのオーディションの後に「オーディションには選ばれなかったものの才能があるので惜しい」などの甘言を用いるといった勧誘をされた結果、高額なタレントやモデルなどの養成講座の契約を締結してしまうというトラブルが増加している。

この種の事案では、事業者は都市部に集中しているため、オーディションのために地方から東京や大阪などの都市部にやってきて被害にあうケースもある。被害は10歳代、20歳代の若者に多く、若者の夢に付け込む悪質性を持つケースがあることから、国民生活センターでは注意を呼びかけている^{*1}ほか、政府広報などでも注意喚起がされている^{*2}。

タレント等養成講座は、特定商取引法施行令では特定継続的役務提供として指定されておらず、同法の規制は及ばない。タレント等の養成講座の中には、アポイントメントセールスによるものが見受けられ、こうしたケースであれば、訪問販売としての規制が及ぶため、クーリング・オ

フができる可能性がある。例えば、事業者が電話でオーディションの日時などを指定して呼び出したケースなどは、これに当たる。

しかし、消費者がインターネット広告を見て、ウェブ上でオーディションに申し込むという方法で、ウェブでのやり取りだけでオーディションに出向いたというケースでは、特定顧客の誘引方法を定めた政令(特商法施行規則)1条1号の呼び出す手段が「電話、郵便、民間事業者による信書の送達に関する法律第二条第六項に規定する一般信書便事業者若しくは同条第九項に規定する特定信書便事業者による同条第二項に規定する信書便(以下「信書便」という。)、電報、ファクシミリ装置を用いて送信する方法若しくは法第四条第二項に規定する電磁的方法(以下「電磁的方法」という。))により、若しくはビラ若しくはパンフレットを配布し若しくは拡声器で住居の外から呼び掛けることにより、又は住居を訪問して」と限定列举されており、ウェブサイトは含まれていないため、訪問販売の特定顧客に該当せず、クーリング・オフ制度の適用はないというのが、現状である。

本件は、契約に至る経過は訴訟においては主張されていないため、どのような経過で契約を締結するに至ったかは不明である。タレント養成講座等は、アポイントメントセールスによるものもあり、その場合は特定顧客取引としての訪問販売としてクーリング・オフの適用があるため、どのように呼び出されたのかなど取引経過についても丁寧に事実関係を把握することが大切である。

一般的なタレント等の養成講座の事案では、講座の具体的内容は示されていないことが多いため、受講してみても講座の内容が期待していたものとは異なる(不十分な内容で納得できない

^{*1} 国民生活センター「タレント・モデル契約のトラブルにご注意!」https://www.kokusen.go.jp/soudan_now/data/tm_keiyaku.html

^{*2} 政府広報オンライン「タレント・モデル契約のトラブルにご注意を! 契約前に、「確認」「相談」「冷静な判断」を!」<https://www.gov-online.go.jp/useful/article/201707/3.html>



など)ことから紛争に発展することが少なくない。本件の事案では、受講契約の講座内容が事業者により示されており、講座の内容に「芸能及び演技等に関する専門的な用語、台詞等に係る語学の教授」が含まれていた点が特徴的であり、ポイントになっている。この点から、判決において「オーディションに向けたレッスン(特定継続的役務提供である「芸能及び演技等に関する専門的な用語、台詞等に係る語学の教授」[特定商取引に関する法律41条1項1号、特定商取引に関する法律施行令12条、同別表第四の三]を含む。)を受講することを内容とする契約(以下「本件受講契約」という。)を締結し」たものと認定したわけである。

特定商取引法施行令12条、同別表第四の三では、「三 語学の教授(学校教育法(昭和二十二年法律第二十六号)第一条に規定する学校、同法第二百二十四条に規定する専修学校若しくは同法第二百三十四条第一項に規定する各種学校の入学者を選抜するための学力試験に備えるため又は同法第一条に規定する学校(大学を除く。)における教育の補習のための学力の教授に該当するものを除く。)」と定めており、「語学の教授」の対象となる語学は外国語に限定されていない。そこで、レッスン受講契約における「芸能及び演技等に関する専門的な用語、台詞等に係る語学の教授」が、政令で指定する語学の教授教室に該当するとしたわけである。この点について、Yも争わなかったようである。

タレント等養成講座の受講契約では、契約で定められた講座の内容には定型的なものがあるわけではなく、事業者によって多種多様というのが実情である。したがって、可能な限り契約内容である講座の具体的な内容を把握することに努めることが事案の処理のうえでは大切であるといえよう。講座の中に特定継続的役務提供として指定されている役務が含まれている場合には、全体として一体の契約であることから、契約

全体を特定継続的役務提供として特定商取引法の規制を受けるものとして処理することができることとなる。本件判決は、この点が1つのポイントとなっている。

近年多発している、タレント等養成講座受講契約に関する消費生活相談への対応や、紛争事例を処理するうえでの考え方の一例を示したものとして参考になる。

参考判例①は、芸能人養成スクールの学則中の契約解除の際には学納金を一切返還しないとする条項が消費者契約法9条1項1号に反するとして、適格消費者団体が差し止めを求めたのに対して一部認容した事例、**参考判例②**は、その控訴審判決である。②については事業者の上告は棄却され、確定している。

参考判例

- ①東京地方裁判所令和3年6月10日判決
(『判例時報』2513号24ページ)
- ②東京高等裁判所令和5年4月18日判決
(消費者機構日本ウェブサイト)

(本稿では、判決文からの引用部分において「クーリングオフ」の表記とした)

名誉毀損罪(続き)、信用毀損罪

穴沢 大輔 Anazawa Daisuke 明治学院大学法学部消費情報環境法学科 教授
専門は刑法、その中でも主に財産犯罪・経済犯罪を研究。『入門経済刑法』(共著、信山社、2021年)など執筆。消費生活アドバイザー。東京都医学総合研究所人対象研究倫理審査委員会外部委員

前回(2024年8月号)に引き続き、今回も名誉毀損罪について考えてみます。前回で解説したとおり、刑法230条は「公然と事実を摘示し、人の名誉を毀損した者」を処罰しますが、それに続けて、「その事実の有無にかかわらず」と規定していますので、摘示された事実が「真実」であってもその人物の社会的評価(事実的名誉)が下がる危険のある内容を述べれば、名誉毀損罪が成立するとされそうです。そうしますと、誰かの犯罪行為を暴いてそれを公表したとしても処罰されるため、誰も公然と述べなくなるでしょう。では、どのように処罰を回避するのでしょうか。

名誉毀損罪の処罰を回避するための要件—真実を伝える重要性—

事例1 Xは、Aの放火を目撃し、SNS上にその事実を投稿して公然と事実を摘示した。その後、Aが逮捕され、それは真実であると証明された。

刑法230条の2第1項では、名誉毀損行為が「公共の利害に関する事実にかか^{かか}り、かつ、その目的が専ら公益を図ることにあつた^{もつぱ}と認める場合には、事実の真否を判断し、真実であることの証明があつたときは、これを罰しない。」としています。すなわち、①事実の公共性、②目的の公益性、③真実であることの証明が要件とされ、それが充足されると処罰が否定されることになります。

①は、一般の多数人がそれを知ることが公共

の利益になると認められる事実をいい、一般人の好奇心や興味の対象となっているかによって判断されるものではありません。**事例1**の放火の事実は多数人の公共の利益になるといえます。また、②は、その主たる動機が公益目的であればよいとされており、この意味で、厳格に公益目的が立証される必要があるとされているわけではありません。

実は、刑法230条の2第2項により、①は公訴提起前の犯罪行為であれば常に当てはまり、第3項により、「公務員又は公選による公務員の候補者に関する事実」については、常に①と②に当てはまります。ですので、**事例1**は第1項ではなく第2項により①に常に当てはまり、また、仮に**事例1**のXが公務員であれば、②にも当てはまることになります。

最後に、③を証明できた**事例1**では、Xを「罰しない」ことになります。一定の範囲で、犯罪や公務員の真実を暴く行為の処罰は控えられます。しかし、①や②が認められたとしても、③を真実であると被告人側で証明するのは、そう簡単ではないのです。

では、(神の目から見れば真実だったが)その証明に失敗した場合にはどうなるのでしょうか。これまでの講座によれば、条文を素直に解釈するのが基本です。そうしますと、証明に失敗したら「証明があつた」とはいえませんが、処罰されることになります。実は、前回講座の事例3の最高裁昭和34年5月7日判決は、③の証明ができていないとして名誉毀損罪の成立を認めた

のです。

表現の自由との関係—虚偽の事実を真実だと信じて行った表現—

事例2 新聞記者Xは、Aの放火について、Aが現場近くにいる映像や目撃したとされる証言などを複数集めて、Aの放火行為を新聞紙上に掲載したが、真犯人Bが捕まった。

しかし、処罰を認める結論でよいでしょうか。

事例2のXを処罰すべきと思う読者は少ないように思います。それは、Xは、本人としては、きちんと情報を集めて相当な根拠に基づいて行動したものの、結果的には真実ではない事実を真実だと信じて発信したからでしょう。

ここでは憲法の表現の自由との関係も重要です。最高裁は、刑法230条の2は「人格権としての個人の名誉の保護と、憲法二一条（表現の自由：筆者注）による正当な言論の保障との調和をはかったものというべき」であり、「事実が真実であることの証明がない場合でも、行為者がその事実を真実であると誤信し、その誤信したことについて、確実な資料、根拠に照らし相当の理由があるときは、犯罪の故意がなく、名誉毀損の罪は成立しない」として、処罰を否定する余地を認めたのです（最高裁昭和44年6月25日大法院判決[先の判例は変更されました]）。

個人がSNS上に投稿する場合

事例3 Xは、フランチャイズによる飲食店「ラーメンA」の加盟店等の募集及び経営指導等を業とするB会社に対して、「貴方^{あなた}が『A』で食事をすると、飲食代の4～5%がカルト集団の収入になります」などと、B会社がカルト集団である旨の（真実であると証明されなかった）虚偽の内容を記載した文章を自己のウェブサイトに掲載した。

事例2のXは新聞記者であり、個人ではありません。**事例3**のように、個人がネット上に投稿する場合には、最高裁が述べた基準は変わるのでしょうか。最高裁は次の理由で変わらないとしました。「個人利用者がインターネット上に掲載したものであるからといって、おしなべて、閲覧者において信頼性の低い情報として受け取るとは限らないのであって、相当の理由の存否を判断するに際し、これを一律に、個人が他の表現手段を利用した場合と区別して考えるべき根拠はない。そして、インターネット上に載せた情報は、不特定多数のインターネット利用者が瞬時に閲覧可能であり、これによる名誉毀損の被害は時として深刻なものとなり得ること、一度損なわれた名誉の回復は容易ではなく、インターネット上での反論によって十分にその回復が図られる保証があるわけでもないことなどを考慮すると、インターネットの個人利用者による表現行為の場合においても、他の場合と同様」である、と（最高裁平成22年3月15日決定）。これによれば、**事例2**のXが紙上ではなくネット上に投稿したとしても処罰されないでしょう。

この判断には批判もありますが、個人が社会的評価を下げるような投稿をする際にも、確実な資料・根拠を有して、それを理解して投稿する必要があるということです。事前にトラブルがあったと指摘されるこの事案で最高裁は、「資料の中には一方的立場から作成されたにすぎないものもある」、資料についての「被告人の理解が不正確であった」、「被告人が乙株式会社（B会社：筆者注）の関係者に事実関係を確認することも一切なかった」ことから相当の理由はない（名誉毀損罪成立）としています。トラブルの有無と名誉毀損行為とは直接的な関係に立つわけではなく、あくまでどんな資料（その評価）から真実と誤信したか、を判断していることに注意すべきです。

信用毀損罪における経済的信用とは

事例4 Xは、コンビニエンスストア(以下、コンビニ)で買った紙パック入りオレンジジュースに次亜塩素酸イオン等を成分とする家庭用洗剤を注入したうえ、警察官に対して、コンビニで買ったそれに異物が混入していた旨虚偽の申告をし、警察職員からその旨の発表を受けた報道機関をして、異物の混入されたオレンジジュースが陳列、販売されていたことを報道させた。

名誉毀損と信用毀損は同じ「毀損」を処罰しているので似たように聞こえますが、刑法学上、後者は「経済的信用(経済的な側面における人の社会的な評価)」が保護されるとして、「人格的な」信用が問題とされる前者とは異なるとされます。では、経済的信用とは何でしょうか。実は、従来、それは「人の支払能力または支払意思についての信用」に限定されていました。

これに対して、最高裁は「販売される商品の品質に対する社会的な信頼も含むと解するのが相当である」(最高裁平成15年3月11日判決)として、限定を外しています。そして、**事例4**のXに信用毀損罪の成立を肯定したのです。信用毀損の例はほかに、YouTube上に動画を投稿して、あたかもA店が偽ブランド品を販売しているかのような虚偽の事実を掲示した事案(名古屋地裁岡崎支部令和3年8月27日判決)があります。

信用毀損罪と名誉毀損罪、業務妨害罪の関係

事例5 Xは、問い合わせた際のA会社の対応に腹が立ったので、「A会社の製造する商品の表示は虚偽である、産地偽装だ」とSNS上に次々に投稿した。Xは、A会社がそ

のような行為をしているか、調査等はない。

さて、以上を踏まえますと、**事例5**のXにはA会社の「名誉」を傷つけるという名誉毀損罪の成否、A会社の「経済的信用」を傷つける信用毀損罪の成否が考えられます。前者の場合、A会社の事実的名誉が侵害されたと評価できれば、名誉毀損罪が成立します(刑法230条)が、それが真実であると証明されると処罰はされません(刑法230条の2)。ただし、その可能性はほぼないでしょう。仮にXがA会社の産地偽装(虚偽)を真実だと信じて投稿しても、調査等をしていないので、信ずるにつき相当の理由はなく、処罰されます。後者の場合、真実でなければ、刑法233条によれば、「虚偽の風説を流布」して商品の品質に対する社会的信用が害されたといえるでしょうから、処罰されます。そして、これらは観念的競合(刑法54条)により一罪として処理されるでしょう(東京地裁昭和56年1月29日判決)。

もっとも、違和感を覚えた人がいるかもしれません。一般的には業務妨害といえそうだからです。刑法233条は、信用毀損と業務妨害を同一の条文で処罰の対象とし、「虚偽の風説を流布し、又は偽計を用いて、人の信用を毀損し、又はその業務を妨害した者」を3年以下の拘禁刑(又は罰金)により処罰しています。嘘を述べて業務を妨害したと評価されれば、処罰可能です(なお、「威力」による業務妨害罪[刑法234条]もあります)。

このように、1つの行為でも複数の犯罪が成立する可能性があり、現実的には検察の判断で起訴されるか否かが決まることになります。この点、**事例4**では、コンビニの「信用を毀損するとともに、その業務を妨害した」との判断により1つの罪として起訴され、処罰されました。

今回は、賭博関係の罪について解説予定です。



独立行政法人
国民生活センター

編集・発行

啓発用リーフレットのお知らせ

若者向けの啓発用リーフレットをウェブサイトに掲載しています。
ぜひ印刷してご活用ください！

バックナンバーもあわせてご活用ください。

●啓発用リーフレット バックナンバー

<https://www.kokusen.go.jp/wko/data/bn-yattem.html>

