

「諸外国における消費者契約に関する情報提供、不招請勧誘の規制、適合性原則についての現状調査」 各国比較表

	ドイツ	フランス	オランダ	イギリス	アメリカ
消費者法制の特徴	<p>○2002年民法改正 消費者保護に関する特別法が一般法である民法に集約。</p> <p>・消費者に詳細な情報を入手する権能が付与される一方、事業者はそのような情報を提供する義務を負う。</p>	<p>○1933年消費法典制定 個別に定められていた消費者保護に関する諸法令の統合。</p> <p>○他の欧米諸国に比べて顕著な特徴をなす情報提供義務の位置づけ。</p>	<p>○弱者保護に関して一般条項を通じて形成された判例法理の多くが現行民法(1992年施行)に組み入れられた。</p> <p>○公的機関が積極的に規制を行うことは少ない。</p> <p>○経済団体と消費者団体の対話による自主規制システムの定着。</p>	<p>○個別立法による対応。</p> <p>○国家機関以外の業界団体等による自主的な規制が細部にわたり機能。</p>	<p>○個別立法による対応。</p> <p>○コモンロー上の法理による消費者保護。</p> <p>○自主規制機関によって適合性原則が採用されている。</p>
情報提供義務	<p>○一般私法上の錯誤・詐欺・強迫、債務不履行・不法行為責任や公序良俗に関する一般条項による規制。</p> <p>○その他、主に民法に各種取引形態ごとに分けて情報提供義務を規定。</p> <p>○不正競争防止法において、事業者の不正な競争行為について規定。効果として、差止請求権、損害賠償請求権及び利得剥奪請求権を規定。</p>	<p>○民法上の情報提供義務</p> <p>・単なる「沈黙」に詐欺の適用領域を拡張する機能が加えられ、情報提供義務違反に加えて他の要件が充足されれば、詐欺による契約の効力の否定を主張可能。</p> <p>・錯誤に基づき契約の無効を認める事例もある。</p> <p>・情報提供義務違反は、行為者の故意又は過失(フォート)を構成(不法行為による損害賠償請求が可能)。</p> <p>○消費法典上の情報提供義務</p> <p>・一般的情報提供義務と個別的情報提供義務を規定 (※契約当事者の合意に瑕疵なきことを予め担保)。</p>	<p>○民法典における詐欺、錯誤、誤認惹起表示の規定の適用</p> <p>・詐欺 詐欺には故意に不正確な情報を提供する場合、伝達する義務を負う情報を故意に隠す場合も含まれる旨規定。</p> <p>・錯誤 ①錯誤が相手方により与えられた情報に起因している場合②相手方が錯誤に関して知り、又は知るべきであったことがらを考慮すると、錯誤に陥った当事者に知らせるべきであった場合等に取り消しうる旨規定</p> <p>・誤認惹起表示 商品の性質、価格等について誤認を惹起する情報を公にすることを不法行為とし、効果として損害賠償請求等を規定。</p>	<p>○売買目的物に瑕疵がある場合等において買主は売主の責任を追及できないとする「買主注意せよ」の原則を根拠として、相手方に対して情報を積極的に提供する法的義務はないのが原則であると理解されてきた。</p> <p>○一般私法のレベルにおいて、「最高信義契約」理論、「特別な信認関係ないし信頼関係」理論、「不実表示」の法理によって相手方に対する情報提供が義務づけられる場合がある。</p> <p>○個別立法として、消費者信用法、消費者保護(営業所外で締結された契約の解除)規則等がある。</p>	<p>○情報提供に関する法制度</p> <p>・金融、信用、クレジット、品質保証に関する連邦法</p> <p>・コモンロー上の詐欺、過失不実表示、非良心性、信認義務理論</p> <p>・不公正な取引方法、虚偽広告に関する連邦法</p> <p>○情報提供義務違反の効果として、契約の解除や損害賠償請求権などが認められることがある。</p>
不招請勧誘	<p>○一般的に不招請勧誘を規制する民事ルールはなし。</p> <p>○裁判例を通じた法規制</p> <p>・電話、FAX等を使用した勧誘は、受信者が事前に同意した場合を除き原則禁止など。</p> <p>○不正競争防止法では、市場参加者に受忍を求めることができない行為で過大な迷惑をかけている場合には不正となる旨規定。効果として、差止請求権、損害賠償請求権又は利得剥奪請求権を規定。</p>	<p>○消費法典において、一般消費財や役務に関する電話ないし電子メールによる不招請勧誘について規制。</p> <p>○電子メールによる勧誘については、消費者が事前に同意した場合を除き、原則禁止。</p>	<p>○民法における「状況の濫用」法理による規制。</p> <p>○改正テレコミュニケーション法において、私人に対して事前の同意なしに求められていないEメール、FAX等の送信を禁止する旨規定。</p>	<p>○一般的に不招請勧誘を規制するルールはなし。</p> <p>○伝統的な訪問勧誘、電話や電子メール等による勧誘については個別立法による規制。</p> <p>・訪問勧誘に関しては、消費者保護(営業所外で締結された契約の解除)規則において、クーリングオフ制度について規定。</p> <p>・電子メールによる勧誘については、受信者が事前に同意した場合を除いて、原則禁止。</p>	<p>○Eメール、電話勧誘に関する規制。</p> <p>・CAN-SPAM法(スパムメールについて規制)</p> <p>・電話勧誘拒否登録(FTCによって採用された行政機関規則)</p> <p>○商品の不招請勧誘に関する規制(連邦法において、注文しない商品の送付について規制する等)。</p>
適合性原則	<p>○一般的に適合性原則を規制する民事ルールはなし。</p> <p>○不正競争防止法や証券取引法において、適合性原則に関連する内容を包含する規定(助言義務など)。</p>	<p>○適合性原則に関する明文の規制はなし。</p> <p>○判例において認められる助言義務による規制。</p> <p>・弁護士・銀行・保険業者等の専門家に課された義務。</p> <p>・損害を被った者は、民法典に基づき損害賠償請求可能。</p>	<p>○民法における「状況の濫用」法理による規制。</p> <p>・状況の濫用の結果として締結された法律行為は取り消しうる。</p> <p>・高齢者を含む取引力の不均衡による弱者の保護に用いられることが多い。</p>	<p>○一般的に適合性原則を認めるルールはなし。</p> <p>○個別立法として、金融サービス・市場法及びその下位規範において、適合性原則について明記。</p>	<p>○ニューヨーク証券取引所や全米証券業協会などを含む自主規制機関によって、適合性原則が採用されている。</p> <p>・洗練されていない投資家の保護を目的とする。</p>

○内閣府国民生活局「諸外国における消費者契約に関する情報提供、不招請勧誘の規制、適合性原則についての現状調査」報告書(平成18年3月)1頁以下 総括

1 緒論

今回の調査の総括として、調査対象となった情報提供義務、不招請勧誘および適合性原則について、調査結果を踏まえ、全体の傾向を要約する。なお、国別の概要については、それぞれの箇所に記したゆえに、以下では、もっぱら上記3つのジャンル別の総括をおこなうこととする。また、今回の調査が消費者契約法に關係する民事ルールを主たる対象とするものであるゆえ、以下での総括もまた、この点を中心としたものとする。

2 情報提供義務

情報提供義務に関しては、消費者契約の締結をめぐる問題を処理するための基本原理として「情報提供義務」が語られる場合と、問題解決のために設計された制度・規範のひとつとして「情報提供義務」が語られる場面の二様がみられた。フランス消費法典における情報提供義務の一般的定義や、EU・ドイツにおける「情報提供モデル」(Informationmodel)での説明は前者の観点からの把握であるのに対して、ドイツの契約締結上の過失責任の一場面としての情報提供義務は、損害賠償請求権や解除権といった法的効果と結合して捉えられている限りで、後者の観点からの把握である(ちなみに、わが国の現行の消費者契約法3条・4条は、後者に属する)。

前者の観点から、基本原理としての情報提供義務を捉えるときには、概括的にみれば、ドイツのように私的自治・自己決定権の支援のコンテクストで情報提供義務を理解するもの(ネオ・リベラリズムの立場を基礎とする)と、フランスのように消費者保護のための国家による後見的介入(裏返せば、私的自治・自己決定権に対する制約)のコンテクストで情報提供義務を理解するものがみられた。この点は、消費者問題に対していかなる姿勢で臨むかという基本的態度決定にかかわる点であるがゆえに、わが国でも、消費者問題を考えるうえで、消費者基本法との整合性をも踏まえ、確認を要するところであると思われる。

他方、後者の観点から、法的効果を導くための制度・規範としての情報提供義務を捉える際には、先決問題として、基本原理としての情報提供義務に基づく制度・規範が各国の法制度の中にどのように反映しているのかを全体的に把握して議論をしなければならないことが明らかになった。それというのも、各国の一般民事法上の制度・規範は、各国固有の展開を重ねて定着してきたものであり(たとえば、錯誤ひとつをとっても、フランス、ドイツ、イギリスでは

異なる)、また、古典的な意思表示の瑕疵に関する制度が現代的に拡張されて用いられていることもあり(たとえば、フランスにおける詐欺の拡張理論)、そうした中で、「受け皿ないし補充的な構成要件」として情報提供義務の制度・規範を捉えらるとなると、一般民事法上の制度・規範で対処できない事態が国ごとに違ふときに、情報提供義務の制度・規範のみを取り出して比較するのは無意味・無益だからである。たとえば、フランスのように、詐欺・錯誤・公序違反といった古典的制度・規範を用いて情報提供義務の問題を処理していく国では、わざわざ情報提供義務として独自の制度・規範を別途に設ける意義に乏しい。また、イギリスやアメリカのように、不実表示という一般的な制度が確立しているところでは、情報提供義務の問題は、不実表示を理由とする損害賠償と関連付けて捉えられているとの特徴が認められるほか、(さらに、錯誤の制度が情報提供・収集リスクの負担という観点から捉える傾向があることもあいまって)意思表示の瑕疵に関する制度の中に(も)情報提供義務の制度が組み込まれているという位置づけになる。

そうした中で、情報提供義務の制度・規範を民事ルールとして構築するための資料調査を受けて、多種多様な各国での議論の中から、制度・規範レベルにおいて情報提供義務の問題を扱うにあたり、次のような方向性を確認することができた。それは、情報提供義務を民事ルールとして設計していくうえでは、情報提供義務の違反に対してどのような民事上の効果を付与するのかという観点から立論していく必要があり、その次に、付与される効果に即してどのような内容を情報提供義務に盛るのが適当かを——各国固有の古典的な民事法上の制度・規範の守備範囲と対比させながら——考案していくべきではないかということである。

すなわち、各国の情報提供義務の制度では、主として結び付けられている効果が、(伝統的な民事上の制度・規範に基づくものも含めて捉えらると)損害賠償請求権の発生であったり(とりわけ、ドイツ、アメリカ)、差止請求権の発生であったり(とりわけ、ドイツ)、情報提供義務違反の結果として締結された契約の無効・取消しという効果であったり(とりわけ、フランス)、解除権であったり、様々である。また、この観点からは、情報提供義務の問題が、「情報提供義務違反」その他意思表示の瑕疵に関する制度としてではなくて、「撤回権」という、意思表示の瑕疵とは理論的に切断された制度を用いて処理されている場合もあることにも、留意されるべきである(とりわけ、ドイツ)。その他、ドイツのように、不正競争法秩序自体が消費者法的性質を持つものとして認識されているところでは、不正競争行為という観点から情報提供義務の問題が扱われている点に、留意されるべきである。このような中、わが国においても、目的とされる効果にふさわしい要件を備えたものとして情報提供義務に

関する民事ルールの構築がめざされるべきものと思われる。

なお、特別法の中で情報提供義務が扱われている場合には、全体的な傾向として、当該特別法において一般民事法ルールとしては認められない情報提供義務に関する規範を新たに創設するというよりは、むしろ、一般民事法ルールとして（すなわち、上述したような効果と連結した規範として）情報提供義務に関する規範が存在していることを所与としたうえで、個々の具体的領域ごとにその具体的内容を記述するために個別の特別法規定を設けているという傾向を認めることができる（殊に、ヨーロッパでは、情報提供モデルを基礎としたうえで、個別の問題領域ごとに、各種の消費者法関係のEU指令が公布されているため、このような傾向が強く現われている）。また、ドイツのように、個別の領域で、情報提供にかかる立証責任を消費者に有利に転換するために、個別の規定を設けている例があることも、特記に値する。

最後に、わが国の消費者契約法のように、情報提供義務に関する一般的規定を訓示規定・努力義務的なものとして設けている諸国は、今回の調査対象としたところでは存在しなかった点を付記しておく。

3 不招請勧誘

不招請勧誘については、今回の調査対象とした諸国では、「不招請勧誘」という一般的な形で取り上げて民事ルールを論じる国は見出されなかった。むしろ、郵便、ファックス、電子メールといったような個別媒体を用いた勧誘についての禁止規範をどのように設計するかという、個別問題対応型での処理をする傾向が強い。いずれの諸国においても、契約法や消費者法にかかる一般的な教科書・体系書においても、「不招請勧誘」という一般的な観点から項目を立てて論じるものは、まれである。さらに、とりわけ、アメリカでは、不招請勧誘に関する個別問題対応型のルールは、民事ルールというよりも、事業規制の観点から、業法ルールとして整備されるという傾向にある。

もっとも、不招請勧誘の問題が一般民事法ルールとして扱われていないということの意味するのではない。むしろ、契約締結上の過失を理由とする責任の問題のひとつとして扱われたり（とりわけ、ドイツ）、公序違反の観点から評価されたり（とりわけ、フランス）、いわゆる「状況の濫用」の一場面として扱われたりしている（オランダ）。これらの場合には、民事上の効果として、契約の効力が否定されることがあるほか、事前の規制として、勧誘行為の差止請求と結び付けられることもある。不招請勧誘が禁止規範（不作為規範）として捉えられる性質のものである点に注目するならば、その実効性を確保する上で、事前の差止めという効果を備えた民事ルールとして不招請勧誘禁止のルールを立てることには大きな意義があろう。しかし、他方において、いかなる媒体を

用いた不招請勧誘行為を禁止するかをめぐって議論される際に現われているように、事業者の側の勧誘の自由（営業活動の自由）に対する過剰な介入にならない内容と射程範囲を備えた要件・効果規範を考案する必要がある。あわせて、ここでも、不招請勧誘と「撤回権」の制度との有効な連動が望ましいことも、うかがわれる（特に、ドイツでの状況を参照）。

いずれにせよ、不招請勧誘については、特定の取引の対象および勧誘の態様ごとの個別の民事ルールで処理し、一般的民事ルールを立てるのは尚早であるというのが、各国の制度を整理したことによる帰結である。他方、既に不招請勧誘禁止の個別ルールがほぼ確立している領域（なかでも、EU指令において不招請勧誘制度が導入されている電話勧誘、ファックスによる勧誘、Eメールによる勧誘の場面）については、わが国でも早急にこれに対応する制度を準備するに値するものと思われる。

4 適合性原則

適合性原則については、今回の調査対象とした諸国では、「適合性原則」という一般的な形で取り上げて民事ルールを論じる国は見出されなかった。対象を消費者契約に限定しても、適合性原則の名の下で問題を論じる国はみられない。むしろ、適合性原則は金融サービス・投資取引の場面に特化して用いられているというのが、すべての諸国に共通する特徴である。

しかも、金融サービス・投資取引の場面でも、適合性原則は、アメリカやイギリスに顕著なように、単なる業法ルール（業者ルール）として立てられている国と、ドイツのように、（保護法規違反を理由とする不法行為に基づく損害賠償という枠組みを用いてのことであるが）民事ルールとしても意味を持つものとして捉えている国に分かれる。また、全般的な傾向としては、いずれの性質のルールとして捉えるのであれ、個別の商品領域ごとにルール化を行っているとの特徴を見出すことができる。

ところで、適合性原則については、以上の点とは別に、この原則により表現されるルールの内容自体が、必ずしも各国共通のものではない点が重要である。特に、アメリカでは、適合性原則は、市場耐性を欠く者を市場から排除するためのルールとして構想される傾向が強いのに対して、ドイツでは、投資者に対してもっとも適合的な投資商品を推奨すべき助言義務をも内包するものとして、適合性原則を捉えている（しかも、ここでは、適合性原則は、助言義務ないし情報提供・説明義務という枠組みで語られることになる。ドイツでは適合性原則〔suitability rule〕を知らないといわれるのは、この点を指してのことである）。この対置は、わが国において、「狭義の適合性原則」と「広義の適合性原則」とが区別して論じられているのに、ほぼ対応している。

また、適合性原則は、目的・資産・経験に適合しない金融商品・投資商品を勧誘することにかかるルールであるところ、その前提として、「顧客に関する情報を収集する義務」を認めるかどうかについて、一国内でも議論があることは、強調に値する。すなわち、アメリカでは、証券取引法上のルールとして適合性原則が語られる際に、「汝の顧客を知るべし」との考え方が与件とされているところから、こうした情報収集義務が観念されやすいのに対して、他の諸国ではこの点はそれほど強調されていないようである（とりわけ、フランス。ドイツは、その中間にある〔証券取引法に關係するものゆえ、本報告では立ち入らなかったものの、学説は多岐に渡っている〕）。

さらに、適合性原則自体が強調されない諸国でも、この原則が対象とするような問題群に対しては、公序良俗違反、錯誤、情報提供義務違反、状況の濫用などとして民事上の効果（契約の無効・取消し、損害賠償等）が付与されうる点は、不招請勧誘の場合と同様である（とりわけ、ドイツ、フランス、オランダ）。

以上に述べた点からみたとし、わが国の消費者契約法制において、適合性原則を位置づけるにあたっては、①適合性原則をどのように定義づけるか、②この原則の妥当する場面（対象となる商品・サービス）をどのように限定するか（金融サービスに限るか、限るとしても、金融サービスをいかに特定するか。それとも、消費者取引一般に妥当する原則として承認するか）、③この原則に結び付けられる効果を民事上の効果として把握するか、それとも業法ルールにとどめるか、④民事ルールとしての性質を認めたときには、その効果は何か（適合性原則違反の契約の無効・取消しを認めるか、それとも、適合性原則違反の行為を不法行為として捉え損害賠償責任を結びつけるか）、⑤民事上の効果を認めるにしても、これを既に存在している一般民事法上の制度・規範に拠らせるか、それとも、特別に適合性原則違反という構成要件を立てるか、といった段階を踏んで処理を図るのが望ましいものと考えられる。各国法の調査からは、これらの点に関して、唯一絶対の選択肢として提示することができるだけの決め手はない。かえって、①および②の点において、適合性原則違反という一般的カテゴリーを消費者契約法制に持ち込むためには、なお検討を要するところが多く、時期尚早という感じすらある（なお、各国調査からは、これとは別に、不正競争法上の差止請求権の制度を改革することにより、問題に的確に対応することも、一考の余地があることがうかがわれる）。

(参考25)「不招請勧誘」に関連する条例

○京都市消費生活条例(平成17年10月1日施行)

第3節 不適正な取引行為の防止

(不適正な取引行為の防止)

第20条 事業者は、消費者に商品等を販売し、又は提供する契約及び信用を供与する契約その他の契約に関し、次の各号のいずれかに該当する行為であつて別に定めるもの(以下「不適正な取引行為」という。)を行ってはならない。次のいずれかの手段により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

ア 商品等の内容その他消費者の判断に影響を及ぼすこととなる事項について、消費者に事実と異なることを告げること。

イ 将来の不確実な事項について断定的判断を提供することその他消費者に誤信を生じさせる情報を提供すること。

ウ 商品等に関する情報で消費者にとって不利益となるものその他の重要な情報について、消費者に故意に提供しないこと。

エ 消費者を威迫し、消費者に不安を覚えさせ、又は消費者の心理を操作すること。

オ 商品等に関し十分な知識を有しないことその他の事情により、消費者の判断力が不足していることに配慮しないこと。

消費者の利益を害する内容の契約を締結させる行為

契約(契約の成立又はその内容について当事者間で争いがあるものを含む。)に基づく債務の履行を不当に強要する行為

契約に基づく債務の履行を不当に遅延し、若しくは拒否する行為

消費者の正当な根拠に基づく契約の解除若しくは申込みの撤回その他の行為(以下「解除等」という。)を妨げて契約の存続若しくは成立その他の行為を強要し、又は解除等に基づく債務の履行を不当に遅延し、若しくは拒否する行為

○京都市消費生活条例施行規則

第2章 消費者権の実現を図るための施策

第1節 不適正な取引行為

第2条 条例第20条に規定する別に定める行為は、別表のとおりとする。

別表(第2条関係)

(1) 条例第20条第1号に該当する行為にあつては、次のいずれかの手段により、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

ア～ノ(略)

ハ 不招請執よう勧誘(消費者の意に反して、契約の締結の勧誘を執ように行うことをいう。)

○神奈川県消費生活条例

第3節 取引行為の適正化

(不当な取引行為の禁止)

第13条の2 事業者は、消費者に対し商品等の売買又は提供に係る契約(以下「商品売買契約等」という。)の締結について勧誘しようとして、消費者に迷惑を

及ぼし、又は消費者を欺いて消費者に接触する不当な行為として別表第1に掲げる行為をしてはならない。

別表第1（第13条の2、第21条、第27条関係）

1 消費者が拒絶の意思を示したことに反して、目的を偽り若しくは秘匿して、又は迷惑を覚えさせるような方法で、消費者の住居、勤務先その他の場所を訪問すること。

2 道路その他公共の場所において、消費者が拒絶の意思を示したことに反して、若しくは目的を偽り若しくは秘匿して消費者に接し、又は消費者につきまとうこと。

3 消費者が拒絶の意思を示したことに反して、若しくはその意思表示の機会を与えることなく、目的を偽り若しくは秘匿して、又は迷惑を覚えさせるような方法で、電話その他の電気通信端末機器で連絡すること。

4～5（略）

○徳島県消費者の利益の擁護及び増進のための基本政策に関する条例（平成17年4月1日施行）

（不適正な取引行為）

第十三条知事は、事業者が消費者との間で行う商品又は役務の取引に関して、次の各号のいずれかに該当する行為を不適正な取引行為として規則で定めることができる。

一消費者に対し、販売の意図を隠し、商品若しくは役務に関する重要な情報を提供せず、若しくは誤信を招く情報を提供し、執ように説得し、又は心理的に不安な状態に陥れる等の不当な方法を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

二～四（略）

○徳島県消費者の利益の擁護及び増進のための基本政策に関する条例施行規則（不適正な取引行為）

第二条 条例第十三条第一号の行為に該当する不適正な取引行為は、次に掲げるものとする。

一～十六（略）

十七 商品又は役務に関し、消費者が電気通信回線を利用した広告宣伝の提供を受けることを希望しない旨の意思を示したにもかかわらず、又はその意思を示す機会を与えることなく、一方的に広告宣伝を反復して送信して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

十八～二十一（略）

(参考26) 仲裁法施行状況に関するアンケート

1. 調査目的

仲裁法施行（平成16年3月）後に、主な仲裁機関において、消費者と事業者との間の将来生じる紛争を対象とする仲裁合意について解除することができる旨の消費者保護のための特例が、どの程度活用されているか等について把握し、本特例についての一定の評価を行う際の材料とするため。

2. 調査対象

- ・ 弁護士会における仲裁センター（全25センター）
- ・ 指定住宅紛争処理機関（各地の弁護士会が指定する全52機関）
- ・ 財団法人 不動産適正取引推進機構
- ・ 社団法人 日本商事仲裁協会
- ・ 中央建設工事紛争審査会

3. 調査項目

次頁の通り

4. 調査時期

平成19年4月～5月

5. 調査方法

アンケート用紙を郵送し、返信を依頼。

【アンケート項目】

1-1. 貴団体における仲裁法2条にいう仲裁の申立て件数

(注) 仲裁法施行後の状況について御回答ください。

平成16年度 件
平成17年度 件
平成18年度 件

1-2. 解決に至った件数

(仲裁判断がされたほか、和解が成立した場合など当該事案が終局的な解決に至ったもの)

平成16年度 件
平成17年度 件
平成18年度 件

2-1. 1-1. のうち、消費者契約法上の消費者と事業者との間の民事上の紛争に関連する件数(括弧内に、全件数のうち、申立人が消費者である件数と申立人が事業者である件数の内訳もあわせて御記入ください。)

平成16年度 件(申立人が消費者である件数 件、申立人が事業者である件数 件)
平成17年度 件(申立人が消費者である件数 件、申立人が事業者である件数 件)
平成18年度 件(申立人が消費者である件数 件、申立人が事業者である件数 件)

2-2. 解決に至った件数

平成16年度 件(申立人が消費者である件数 件、申立人が事業者である件数 件)
平成17年度 件(申立人が消費者である件数 件、申立人が事業者である件数 件)
平成18年度 件(申立人が消費者である件数 件、申立人が事業者である件数 件)

2-3. 2-2. のうち、代表的な事案について簡単に結構ですので御紹介ください。

※別紙による提出でも構いません。

()

3. 消費者が仲裁法の附則3条2項にいう消費者仲裁合意を解除した件数

平成16年度 件
平成17年度 件
平成18年度 件

4. 3. のうち主な事案及び結果の概要について簡単に結構ですので御紹介ください。

※別紙による提出でも構いません。

○事案
()

○結果
()

5. その他 仲裁法における消費者と事業者間の消費者仲裁合意を解除することができるとする規定(附則3条2項)について、何か御意見や、運用上工夫しておられること(消費者仲裁合意の解除がされた後に和解、あっせんを勧めるなど)等があれば御回答下さい。

()

【仲裁法施行状況に関するアンケート結果】

紛争解決センター	問1-1.仲裁申立て件数			問1-2.解決に至った件数			問2-1.消費者紛争件数			問2-2.解決に至った件数			問3 仲裁合意解除件数		
	H16	H17	H18	H16	H17	H18	H16	H17	H18	H16	H17	H18	H16	H17	H18
1 札幌弁護士会紛争解決センター	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2 仙台弁護士会紛争解決支援センター(平成18年4月1日開設)	/	/	0	/	/	0	/	/	0	/	/	0	/	/	0
3 山形県弁護士会示談あっせんセンター(平成19年1月1日開設)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
4 東京弁護士会紛争解決センター	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5 第一東京弁護士会仲裁センター	3	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6 第二東京弁護士会仲裁センター	2	3	1	2	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7 横浜弁護士会紛争解決センター	2	3	0	2	2	0	0	1(0,1)	0	0	1(0,1)	0	0	0	0
8 埼玉弁護士会示談あっせんセンター	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9 山梨県弁護士会民事紛争処理センター	0	3	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10 新潟県弁護士会示談斡旋センター	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11 静岡県弁護士会あっせん・仲裁センター	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12 愛知県弁護士会あっせん・仲裁センター (注2)	2	2	2	2	2	2	2(1,1)	2(2,0)	2(2,1)	2(1,1)	2(2,0)	2(2,1)	0	0	0
13 愛知県弁護士会西三河支部あっせん・仲裁センター	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
14 大阪弁護士会民事紛争処理センター	1	2	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15 京都弁護士会仲裁センター	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16 兵庫弁護士会紛争解決センター	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17 奈良弁護士会仲裁センター	無回答														
18 岐阜県弁護士会示談あっせんセンター	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19 広島弁護士会仲裁センター	7	14	2	2	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20 岡山弁護士会岡山仲裁センター (注3)	120	104	93	54	60	33	0	0	0	0	0	0	0	0	0
21 島根県弁護士会石見法律相談センター	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
22 福岡県弁護士会紛争解決センター(天神弁護士センター) (注4)	38	31	14	19	13	6	13(13,0)	13(10,3)	4(4,0)	9(9,0)	6(3,3)	2(2,0)	0	0	0
23 福岡県弁護士会紛争解決センター(北九州法律相談センター)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
24 福岡県弁護士会紛争解決センター(久留米法律相談センター)	0	0	15	0	0	4	0	0	1	0	0	0	0	0	0
25 愛媛弁護士会紛争解決センター	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

(注1) 括弧内の数字は(申立人が消費者である件数、申立人が事業者である件数)を意味する。

(注2) 問2-1と問2-2における平成18年度の2件の内訳(2、1)は、消費者と事業者複数の申立人であることによる。

(注3) 仲裁事件に関しては、「和解あっせん」と「示談あっせん」に分類し、全体としての件数のみ把握している。

(注4) 仲裁事件に限定した件数は把握していない。

○2-3. 消費者契約法上の消費者と事業者との間の民事上の紛争で解決に至った事案の概要と5. その他(特例についての意見や運用上の工夫等)に関するコメント

〔2-3 消費者契約法上の消費者と事業者との間の民事上の紛争で解決に至った事案の概要〕

○申立人は賃貸人(事業として契約の当事者となる個人)で、相手方(個人)は借借人。相手方の家賃滞納に対して支払い及び明渡しを請求した。滞納家賃を分割して支払うこと、賃借物件を明渡すことで和解し、仲裁判断とした(横浜弁護士会紛争解決センター)

○適切な分割返済案の要求。履行確保等、また、調停成立後の内容に基づく申立て(愛知県弁護士会あっせん・仲裁センター)

○申立人が消費者。相手方住宅リフォーム会社。申立人が増改築工事依頼。完了後、家族が次々と体調不良に。工事ミス(汚水もれ)6回の期日で和解成立。(福岡県弁護士会天神弁護士センター)

○不動産投資ファンドの満期終了に伴う損金処理に関するトラブル(日本商事仲裁協会)

〔5. その他(特例についての意見や運用上の工夫等)〕

○2-3であげた事件は、当初、事業者が提訴したのに対し、消費者が妨訴抗弁を出した。このように、消費者が事業者と締結した仲裁合意に基づき仲裁による紛争の解決を求めることがあり、消費者に対し仲裁合意の解除権を常に付与する必要性には疑問があり、規定の見直しが必要であると考え。(日本商事仲裁協会)

○利用者より申立てがなされ、かつ申立人が代理人(弁護士)を委任していないケースで申立段階から仲裁合意を希望し、センターが受理するケースは、当センターでは稀である。このケースが生じた際には、仲裁合意が果たして利用当時者双方にとって相応しい解決となるかどうか見極めの必要性がある(利用者が仲裁合意を正確に理解しているかどうか不明確なケース)。このため、和解に導く「あっせん」(調停)の法的レベルから受理一開始する手続が当センターでは一般的である。このことから、和解あっせん手続から出発し、状況を見極めてから仲裁手続に移行し、解決した例は近年中に数件ある。(16年度に2件、17年度に1件、18年度は0件)

ただし、消費者契約法上の消費者と事業者との間の民事上の紛争はこの件数の中に含まれない。また、申立人が代理人弁護士を委任しており、代理人弁護士が申立てを行うケースでは、そのまま仲裁合意申立として受理するケースも考えられるが、近年では例がない。

消費者保護の観点から立法された仲裁法における消費者と事業者間の消費者仲裁合意を解除することができるとする規定について考慮すれば、消費者仲裁合意の解除がされた後に和解、あっせんに勧める手続は十分考えられる。ただし件数がないことについては、紛争解決機関の受理手続の態様が影響していること、消費者問題について当事者が仲裁合意を行うことについて慎重であることの表れであると考えられる。(東京弁護士会紛争解決センター)