

消費者契約法3条における
事業者の情報提供義務とその法的効果
－判例の分析を中心として－

池内 博一

Obligation to provide information and its legal effect in the Consumer Contract Act (Article 3)
－ Focusing on analysis of some cases －

Hirokazu Ikeuchi

Otemon Business Management Review, Vol.26, No.1

消費者契約法3条における 事業者の情報提供義務とその法的効果 －判例の分析を中心として－

池内 博一

【要旨】

消費者契約においては、事業者と消費者の間に情報や交渉力に格差がある。そこで、消費者契約法は消費者の利益擁護を図るため、同法3条1項において事業者の情報提供義務について定めている。この義務は「努力義務」と解されており、この義務違反から直ちに契約取消しや損害賠償責任などの法的効果は生じないとされている。しかし、事業者による情報提供義務違反について何の法的効果も生じないとすれば、消費者の利益擁護という消費者契約法の趣旨や目的に反することになる。この点について、判例の中には、消費者契約法3条1項を考慮しつつ、信義則上の説明義務違反を根拠として、事業者の損害賠償責任を認めた事案がある。そこで本稿では、こうした判例の分析を中心として、事業者が消費者契約法3条1項の情報提供義務に違反した場合に、いかなる根拠により法的効果が発生するかという問題について考察した。

【キーワード】 消費者契約法3条、情報提供義務、説明義務、法的効果、信義則、判例

1. はじめに

消費者契約においては、契約当事者である事業者と消費者の間に、情報の質・量や交渉力などに格差があるため、劣位にある消費者の利益が害されるおそれがある。そこで、2000年に消費者契約法が制定され、事業者に対して情報提供義務を課すとともに（消費者契約法3条1項）、「不利益事実の不告知」や「断定的判断の提供」といった事業者の不当な勧誘行為から消費者を保護する規定が設けられた（同法4条）¹。しかし、近年における取引形態の多様化や複雑化、インターネットの普及などによる情報の専門化や高度化、高齢化社会のさらなる進展などを背景として、事業者と消費者の情報力や交渉力の格差がますます広がるに至っている。それとともに、消費者の弱みに付け込む不

当な勧誘行為や悪質商法も後を絶たないのが現状である。こうした問題を踏まえて、2016年および2018年に消費者契約法が改正され、「靈感商法」や「デート商法」などの悪質商法や不当な勧誘行為から消費者を保護する規定が追加されるなど、消費者の利益擁護の拡充が図られた²。

その一方で、この改正消費者契約法（以下では「改正法」という）においても、いまだ多くの問題が残されている³。特に、改正法3条1項2号に規定する事業者の情報提供義務について、その義務違反に対する法的効果（契約取消しや損害賠償責任など）に関する規定が設けられなかった⁴という点は、事業者と消費者の情報格差の是正や消費者保護の観点から大いに問題があると思われる。すなわち、改正前の同法3条1項では、契約締結過程における事業者の情報提供義務を「努力義務」として定め

ており、その義務違反を根拠として契約取消しや損害賠償責任などの法的効果が生じるものではないと解されてきた⁵。改正法においてもこの立場が踏襲されており（改正法3条1項2号）、事業者は本条に定める情報提供義務違反があってもそれを直接の根拠にして法的責任を負うことはないと解されている⁶。

この事業者の情報提供義務違反に対する法的効果の問題に関しては、消費者契約法の制定当初から判例・学説において争われてきた。従来の判例は、消費者契約法3条1項における事業者の情報提供義務を「努力義務」とし、その義務違反を根拠として直ちに損害賠償責任などの法的効果は生じないとの判断を示してきた。しかし、判例の中には、同法3条1項の情報提供義務を、信義則上の説明義務違反の判断要素として考慮し、不法行為に基づく損害賠償責任を認めたケースがある（後掲の判例参照）。一方、学説は、同法3条1項の情報提供義務違反について法的効果が生じないとする点につき批判的に解する立場が多くみられる。そうした学説は、何らかの理論構成によって、契約取消しや損害賠償責任などの法的効果を認めるべきであると主張している。また、有力な学説には、消費者契約法の中に、事業者の情報提供義務違反に対する法的効果の規定を立法化すべきことを主張する見解もある（後掲の学説参照）。

そこで問題となるのは、消費者契約の締結過程において事業者が消費者契約法3条1項の情報提供義務に違反した場合に、損害賠償責任などの法的効果は発生するかどうか、発生するとしてそれはいかなる根拠によるのかという点である。本稿は、判例を詳しく分析し、学説や消費者庁の見解を踏まえつつ、この問題点につき考察することを目的とする。

2. 判例の分析

2.1. 従来の判例

一般に、契約締結過程において、契約当事者は相手方に対して、信義則上⁷、契約において重要な事実につき説明する義務を負う⁸。この点につ

き、従来の判例では、契約締結過程において、契約当事者間に専門知識や情報に格差があるような場合、優位な立場にある当事者は相手方に対して、信義則上の説明義務を負うとされてきた⁹。そしてその信義則上の説明義務に違反した場合には、法的効果として損害賠償責任が生じるとする¹⁰。その代表的な判例として、最高裁平成23年4月22日判決が挙げられる¹¹。本件の事実の概要と判旨は次のとおりである。Y信用協同組合（被告）は監督官庁から立入検査を受け、債務超過の状態を早急に改善すべきことを指摘された。しかしYはその状態を改善できず、監督官庁から破綻認定を受ける可能性があった。Yはそのことを認識していたにもかかわらず、Xら（原告）に対してそうした状況を説明しないままYへの出資を勧誘した。その勧誘に応じて、XらはYに対して各500万円の出資をした。その後、Yが破綻したため、Xらは出資に係る持分の払戻しを受けることができなくなった。そこで、XらはYに対して、主位的に不法行為に基づく損害賠償を求め、予備的に債務不履行による損害賠償を求めて訴えを提起した。本件において最高裁判所は、「契約の一方当事者が、当該契約の締結に先立ち、信義則上の説明義務に違反して、当該契約を締結するか否かに関する判断に影響を及ぼすべき情報を相手方に提供しなかった場合には、上記一方当事者は、相手方が当該契約を締結したことにより被った損害につき、不法行為による賠償責任を負うことがあるのは格別、当該契約上の債務の不履行による賠償責任を負うことはないというべきである」と判示した。このように従来の判例は、契約締結過程において、一方当事者が信義則上の説明義務に違反した場合には、その法的効果として不法行為に基づく損害賠償責任が生じることを認めている。

2.2. 消費者契約法施行前の判例

それでは、消費者契約の締結過程において、事業者が情報提供義務に違反した場合には、消費者契約法3条を根拠として事業者損害賠償責任などの法的効果が生じるであろうか。この問題のリーディングケースといえるのが、大津地裁平成

15年10月3日判決¹²である。本件は消費者契約法が施行される前の事案であるが、すでに成立していた消費者契約法3条等の趣旨を考慮して、告知・説明義務違反による損害賠償責任が認められたケースである。本件の事実の概要と判旨は以下のとおりである。

①事実の概要

平成13年2月26日、X（原告）は厚生労働省の教育訓練給付制度¹³を利用してパソコン講座を受講したいと考え、パソコン教室等を運営するY（被告）の学校を訪れた。XがYの従業員Aに相談したところ、AはXに本件講座が当該給付制度の対象になると説明した。なお本件講座の受講形態には「予約制」と「定期制」があり、予約制では当該給付制度の対象にならないところ、AはそのことをXに説明しなかった。同月28日、Xは再び同校を訪れ、Aの勧めに従い本件講座の予約制の受講を選択し、同年3月2日に受講料41万円余りを支払った。その際、Xは予約制が本件給付制度の対象になっているか否かを確認しなかった。平成14年7月11日、Xが本件講座の受講を修了し、本件給付制度の利用手続をしようとしたところ、Yから予約制では本件給付制度の対象にならないとの説明を受け、初めてその事実を知った。そこで、Xは、Yが本件講座のうち予約制では本件給付制度の対象にならないことをXに説明すべき義務があるのにこれを怠り、Xに誤った説明をして予約制を受講させたなどと主張して、説明義務違反を理由に不法行為に基づく損害賠償（受講料相当額41万円余りと弁護士費用20万円）を求めて訴えを提起した。一方、Yは、本件給付制度に関する説明義務違反はない等と主張した。

②判旨（Xの請求一部認容）

大津地方裁判所は、まず、「Xは、本件給付制度を利用することを前提として本件講座を受講したことが認められる。したがって、予約制に本件給付制度が適用されないことを予め知っていたならば、予約制を利用しなかったものと判断するのが相当である」とする。

その上で、平成13年4月1日に施行された消費者契約法1条、3条、4条2項の規定について言及しながら以下のように判示して、Yの不法行為に基づく損害賠償責任を認めた。「消費者契約法の趣旨（事業者の情報の質及び量の絶対的な多さを考慮し、これに対する消費者の利益の擁護による健全な取引の発展を目的とする趣旨）からは、事業者が、一般消費者と契約を締結する際には、契約交渉段階において、相手方が意思決定をするにつき重要な意義をもつ事実について、事業者として取引上の信義則により適切な告知・説明義務を負い、故意又は過失により、これに反するような不適切な告知・説明を行い、相手方を契約関係に入らしめ、その結果、相手方に損害を被らせた場合には、その損害を賠償すべき義務があると解する。」「Yは本件給付制度を熟知していること、Yにおいては、本件給付制度を利用して講座を受講することができることを宣伝して集客を行っていることから、少なくとも本件給付制度の利用を前提として受講内容の問い合わせを行った者に対しては、本件給付制度の説明及びその対象講座について具体的かつ正確に説明すべき義務があると判断するが相当である。」「Aは、Xから平成13年2月26日に本件給付制度を利用して受講できる講座についての説明を求めたのであるから…、講座の内容だけでなく、予約制では本件給付制度を利用することができない旨の正確な説明をすべき義務があり、この点の説明を怠ったAの行為には過失がある。よって、Yは、Xが予約制でも本件給付制度を利用できるものと思って予約制の受講を申し込んだことによる損害について賠償すべき義務がある。」

そして、Xの損害については、「本件給付制度を利用することができたであろう限りにおいて損害とするのが相当である」と述べて、損害額は30万円であると認定した。ただし、「Xは、13年2月28日…Aに本件講座の受講を申し込む際に、本件給付制度を利用して受講することを申し出していない。したがって、少なくともXが、本件講座の受講申込みの際に、本件給付制度を利用して本件講座を申込みのものを説明していたならば、Aが予約制を勧めることがなかった…ことか

ら、その点において消費者契約法3条2項の趣旨及び公平の見地から過失相殺をするのが相当であり、本件説明義務の内容、損害の回避可能性などからはXの…損害額から2割を控除するのが相当である」と述べて、過失相殺により損害賠償額を24万円に減額した。

③本判決の意義

本件は、原告が被告との間で被告の運営するパソコン講座の受講契約（消費者契約）を締結した事案である。主な争点となったのは、契約締結過程において、被告が原告の希望する教育訓練給付制度に関する説明を怠ったことについて法的責任を負うかどうかである。大津地方裁判所は、被告には信義則上の告知・説明義務違反があったとして、原告に対する損害賠償責任を一部認容した。本件は、消費者契約法が施行される前の事案であり¹⁴、同法の適用が争われたケースではない。しかし、本判決は、本件事案発生後に施行された消費者契約法1条、3条、4条2項の趣旨に照らし、消費者契約締結に際して、消費者が契約の意思決定をするにおいて重要な意義をもつ事実につき、事業者は信義則上の告知・説明義務を負うとした。そして、事業者が故意又は過失により、この義務に違反して消費者に損害を被らせた場合には損害賠償責任を負うと判示した。つまり、本判決は以下のような論理によって、事業者の損害賠償責任を認定したといえる。①消費者契約法の趣旨を考慮すると、②事業者は消費者が契約締結の意思決定をするための重要な事実につき信義則上の告知・説明義務を負う。③事業者が故意・過失によりその義務に違反した場合には、④不法行為に基づく損害賠償責任を負う。このように本判決は、消費者契約法の趣旨を考慮して、結果的に事業者の損害賠償責任を認めている。しかし、同法3条が規定する情報提供義務違反を根拠として直ちに事業者に損害賠償責任（法的効果）が生じるとは述べていない。そうではなく、本判決は、消費者契約法3条が信義則上の告知・説明義務を基礎づける考慮要素の一つとなり、事業者がその義務に違反した場合には、それを根拠として不法行

為に基づく損害賠償責任を負うという考え方を明らかにしたのである。このように、本判決は、消費者契約の締結過程において事業者の情報提供義務違反があった事案において、従来の判例と同様に、信義則上の説明義務違反を根拠として損害賠償責任を認めたものである。とはいえ、本判決は消費者契約法3条の趣旨を考慮して信義則上の告知・説明義務を導き出し、その違反を根拠として法的効果の発生を認めた点はこれまでにない判断を示したものといえる¹⁵。つまり、本判決は、消費者契約の締結過程において、事業者が情報提供義務に違反した場合に、消費者契約法3条の趣旨を考慮して、損害賠償責任という法的効果の発生を認めた点で大きな意義があったといえる。

2.3. 消費者契約法施行後の判例

次に、平成13年4月1日に消費者契約法が施行された後、判例は消費者契約法3条に損害賠償責任などを発生させる法的効果があるか否かについてどのような判断をしているであろうか。以下では、名古屋地裁平成19年1月29日判決と高松地裁平成24年5月30日判決について検討する。

(1) 名古屋地裁平成19年1月29日判決¹⁶

①事実の概要

平成18年1月9日、X（原告）はパチンコ・パチスロの攻略情報を販売している事業者Y（被告）の広告を見て、Yの従業員Aと会った。その際、AからYの会員登録等についてのパンフレットを渡され、Yの会員になればパチスロ攻略情報の提供を受けることができる旨の説明を受けた。Xは、Aの巧みな説明を聞き、確実に勝利することができるパチスロの攻略情報があると信じ込んだ。そこで、「マスターグレード会員」として会員登録を申込み、会員登録料とパチスロ攻略情報料として合計116万円を支払った（第1契約）。しかし、Yの攻略情報を利用しても当たりがこなかったため、同年2月19日、Yの従業員Bに相談すると、Bは言葉巧みに「会員のグレードを上げれば大丈夫。VIP会員になれば、簡単でしかも確実に当たる攻略情報をお教えます。」と説明した。そ

ここで、Xは、Bに85万円を支払い、パチスロの新しい攻略情報が記載されたメモを受け取った（第2契約）。それでもまったく当たりはこなかったもので、XはYに何度も電話し、同月25日、Yの従業員Cと会った。Xは、Cから「会員のグレードをもっとあげてシルバー会員になれば、もっと有益な情報が手に入り、確実に当たります。」と説明された。そこでXはシルバー会員の登録料として合計124万円を支払い、パチスロ攻略情報を受け取った（第3契約）。しかし、それでも当たりはこなかったため、同年3月23日、Xは直接Yの本店に行き、当たらないのでお金を返してほしいと求めた。Yの従業員Dは、「もう一つ上の会員になってみませんか。そうすれば大丈夫です。当たります。」とXを誘った。Xは確実に当たる情報が手に入るのであればと思い、163万2000円を支払い、パチスロの攻略情報が書かれた紙を渡された（第4契約）。しかし、Xが、同攻略情報に基づきパチスロをしても勝つことができなかった。

そこで、Xは、Yがパチスロの攻略情報に関して、大勝利間違いなし等と「断定的判断の提供」をしたことにより、その内容が確実であると誤認したなどと主張して、消費者契約法4条1項2号を理由に本件各契約（第1契約ないし第4契約）を取り消す旨の意思表示をした。そして、Yに対して、主位的に不当利得返還請求権に基づき488万2000円および弁護士費用等82万円（合計570万2000円）の支払を求め、予備的に不法行為に基づき同額の損害賠償を求めて、訴えを提起した。

一方、Yは、不法行為の事実を否定し、以下のように主張した。消費者契約法では、消費者契約を締結するに際して、消費者には事業者から提供された情報を活用し、自身の権利義務その他の消費者契約の内容について理解するよう努力することが求められている。ここでいう消費者の努力義務は、消費者が自己責任を問いうる程度のレベルまで契約内容を理解し、同法で取消しとされるようなトラブルに至らないようにすることである。この点、Xは消費者としての努力義務に違反しており、本件各契約について消費者契約法の保護を受ける立場になく契約の取消しは効力を生じない。

②判旨（Xの請求一部認容）

本件において、名古屋地方裁判所は、以下のよう

に判示して、Xの請求を一部認容した。

まず、主位的請求（不当利得返還請求権の有無）について、「Yは、Xに対し、…本件各契約を締結する際、Yが提供するパチスロの攻略情報に従って遊技することによって、確実に利益を上げることができるとの断定的判断を提供し、Xは、同断定的判断の内容が真実であると誤認している。したがって、Xは、消費者契約法4条1項2号に基づき、本件各契約を取り消すことができる」とした。その上で、「本件各契約は取消しにより無効であり、Yは、Xに対し、登録料・情報料としてXがYに支払った合計488万2000円を不当利得として返還する義務を負う」と判示して、Xの不当利得返還請求を認めた。

次に、予備的請求（不法行為に基づく損害賠償請求権の有無）について、「Yの上記行為は、誤認を通じて消費者の意思表示に瑕疵をもたらしうる不適切な勧誘行為として本件各契約を取消し得べきということとどまらず、社会通念上、違法なものとして、不法行為にも該当するから、Yは、Xに発生した損害を賠償する責任を負うと解する」とし、損害額のうち、不当利得返還請求権と競合しない、弁護士費用48万円の賠償を認めた。

なお、本判決は、消費者契約法3条の法的効果について、以下のような判断を示している。「消費者契約法3条は、同法1条の目的に添って、事業者及び消費者双方の努力義務を規定したものに過ぎず、同法3条に規定する努力義務違反を理由として、契約の取消の可否や損害賠償責任の有無といった私法的効果には影響を及ぼすものではないと解するのが相当である。付言するに、同法3条2項により、消費者に課せられた努力義務は、事業者から提供された情報を活用することを要請するものに過ぎず、消費者自ら情報を収集する努力までも要請するものではない。換言すれば、消費者は、事業者から情報が提供されることを前提として、少なくとも提供された情報を活用するように要請されるに過ぎない。」本判決は、このように述べて、消費者契約法3条の法的効果（事業者の情

報提供義務違反および消費者の情報活用理解義務の懈怠を理由とする、契約取消し、損害賠償責任、過失相殺等)を否定した。

③本判決の意義

本件は、消費者契約の締結過程において、事業者である被告が原告にパチスロの攻略情報に関して断定的判断の提供をして誤認させたことにつき、契約取消しや損害賠償が認められるかどうか争われた事案である。本件において、名古屋地方裁判所は、被告による情報提供が断定的判断の提供にあたと判示し、消費者契約法4条1項2号に基づく契約取消しを認め、不当利得返還請求および不法行為に基づく損害賠償を認容した。このように、本件は、消費者契約法4条の断定的判断の提供の有無が主な争点となった事案であり、同法3条1項に定める事業者の情報提供義務違反による法的効果の発生が争われた事案ではない。しかし、原告の訴えに対して、被告は、原告が消費者契約法3条に定める情報活用理解義務を懈怠したという趣旨の反対主張をしている。被告としては、この反対主張によって、契約取消しの回避と過失相殺を目論んでいたようである。これに対して、本判決は、「消費者契約法3条は、同法1条の目的に添って、事業者及び消費者双方の努力義務を規定したものに過ぎず、同法3条に規定する努力義務違反を理由として、契約の取消の可否や損害賠償責任の有無といった私法的効果には影響を及ぼすものではない」と述べて、消費者契約法3条1項および2項の義務違反を根拠とする法的効果の発生を否定している。すなわち、消費者契約法3条1項に定める事業者の情報提供義務と同条2項に定める消費者の情報活用理解義務はいずれも努力義務であり、その違反や懈怠を根拠として法的効果は生じないと判断したのである。これは、被告による過失相殺の主張を防ぐために、事業者の情報提供義務と消費者の情報活用理解義務の法的効果を全体として否定したものであると指摘されている¹⁷。本件の事実関係を見ると、原告としても被告の従業員による巧みな説明や怪しげなパチスロ攻略情報を安易に信じ込みすぎた面もある。だから

といって、悪質なやり方で勧誘した被告が原告の情報活用理解義務の懈怠を理由にして、過失相殺という法的効果の発生を主張するのは問題である。本判決は、そうした点を勘案して、消費者契約法3条の法的効果を全体として否定したものと考えられ、結論として妥当である。しかし、消費者契約においては、事業者と消費者の間には情報力や交渉力に格差がある。それゆえ、この事業者の情報提供義務と消費者の情報活用理解義務という二つの努力義務には、内容や程度に差異があると考えるのが妥当である¹⁸。つまり、事業者の情報提供義務は法的義務に近い厳格な努力義務であり、消費者の情報活用理解義務はそれよりも弱い義務であると考えることができる¹⁹。そのように考えるならば、義務違反に対する法的効果の発生の有無についても両者で異なる取り扱いをすることもできるのではないだろうか。まず、消費者契約法3条2項に定める消費者の情報活用理解義務の懈怠については、本判決が述べるように「提供された情報を活用するように要請されるに過ぎない義務」として、その義務違反につき過失相殺などの法的効果は生じないことに問題はなかろう。一方、同法3条1項に定める事業者の情報提供義務違反については、消費者よりも厳格な努力義務として、何らかの理論構成により義務違反に対する法的効果を認めるのが妥当である。

(2) 高松地裁平成24年5月30日判決²⁰

①事実の概要

X(原告)は通信サービス事業を営むY(被告)との間で携帯電話の通信契約を締結し、「ひとりで割50」という割引サービスに加入した。この割引サービスは、契約期間が2年単位、加入者1人でも基本料金を50%割引、加入者から廃止の申出がない限り2年単位で自動更新、契約期間中に解約した場合には契約満了月の翌月に解約する場合を除き、継続利用期間の有無に関わらず9975円の解約金が必要になるというサービスであった。この契約期間中にXがYとの契約を解約したところ、Yから通信料金とともに解約金9975円を請求され、口座振替によりその支払いが完了するにいたっ

た。なお、Yが発行しているガイドブック（2011年6月時点のもの）では、「ひとりでも割50」について次のように説明されていた。「2年間のご利用をお約束いただけるなら、おひとりでご加入のお客さまでも、基本使用料がいきなり50%OFFになる『ひとりでも割50』をご利用いただけます。」「お客さまに2年間のご利用をお約束いただいた場合、基本使用料が50%OFFになる割引サービスです。」「契約期間は2年間で、その後は自動更新されます ●2年単位で同一回線を継続利用いただくことが条件となり、廃止のお申出がない場合、自動更新となります。」「契約期間中に割引サービスの廃止、ご契約回線の解約の場合は、継続利用期間にかかわらず、9,975円（税抜9,500円）の解約金がかかります。ただし、契約満了月の翌月はありません。」またYのパンフレットにも、同サービスにつき解約金9975円がかかる場合とからない場合の記載があった。

そこで、Xは、Yの割引サービスに関するパンフレットやガイドブックの記載は非常に理解しづらく消費者に不親切であること、契約時に解約金について口頭での説明がなかったことなどが消費者契約法3条に違反しているとし、消費者契約法の各条項に基づき取消しできるかまたは無効であるなどと主張して、Yに対して解約金9975円の返還を求めて訴えを提起した。一方、Yは、契約にあたっては割引サービスや解約金等について説明をきちんと行っているほか、パンフレットにもサービス内容や解約について明記しており理解が容易であるなどとして、消費者契約法に何ら抵触しないと主張した。

②判旨（Xの請求棄却）

本件において、高松地方裁判所は、以下のよう
に判示してXの請求を棄却した。まず、判決は、Yが販売に用いたパンフレットやガイドブックにおいて解約金等の説明がなされている点を事実認定し、「これらの記載からすれば、顧客が、『ひとりでも割50』においては、2年間毎の契約であって、契約期間中に解約等をした場合には、契約満了月の翌月を除いて、解約金が発生すると理解す

ることは十分可能である」とした。そして、これらの記載は、「全体として、誤解を生じる表現になっているとまでは認められず、その他においてもことさらに誤解を招く表現であるとまでは認められない」とする。その上で、「『ひとりでも割50』に関するYの販売表示等が直ちに消費者を誤信させるとか、消費者契約法その他の法律に違反すると認めることはできない」と判示して、Xの請求を棄却した。

なお、本判決は、消費者契約法3条1項に定める事業者の情報提供義務の法的効果の問題について、次のように判断している。「消費者契約法3条1項は、事業者に、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるように配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するように努めなければならないと定め、事業者の努力義務を規定しているところ、特に、Yのように、公共的な企業については、社会的責任として、消費者にわかりやすい説明を行うよう日々努力していくべきであることはもちろんである。しかしながら、同条は、努力義務を定めたにすぎないため、仮に、同条に違反する行為があったとしても、同条に基づき契約の取消しや損害賠償が認められるものではない。」本判決はこのように述べて、消費者契約法3条に基づく法的効果（契約取消しや損害賠償責任）の発生を否定した。

③本判決の意義

本件は、携帯電話の通信契約に際して、通信事業者である被告が消費者である原告に対しておこなった割引サービスの内容や解約条件等に関する説明が、消費者契約法3条等に違反するかどうかについて争われた事案である。本判決は、結論として消費者契約法その他の法律に違反していないと判断して、被告の法的責任を否定した。そして、その結論に付け加える形で、消費者契約法3条1項の法的効果についても言及している。すなわち、本判決は、消費者契約法3条1項が定める事

業者の情報提供義務を「努力義務」とし、その義務違反があった場合でも、同条に基づいて契約取消しや損害賠償責任などの法的効果は生じないと述べた。この見解は、消費者庁や先行判例の立場を踏襲したものであると考えられる²¹。しかし、本判決は、消費者契約法3条に定める事業者の情報提供義務が、信義則上の説明義務の考慮要素になりうるかどうかについては否定も何もしていない。また、消費者契約法3条1項の違反があれば、信義則上の説明義務違反を根拠として損害賠償責任などの法的効果の発生が認められるかどうかについても言及していない。そうすると、本判決は、前掲大津地裁平成15年判決が示した見解を否定するものではないと思われる。むしろ、本判決は、被告のような「公共的な企業については、社会的責任として、消費者にわかりやすい説明を行うよう日々努力していくべきである」と強調して述べている。だとすれば、事業者がそうした社会的責任（経営学的に言えば「CSR」）を果たしているとはいえないほどに情報提供義務に違反しているような事案であるならば、そのような社会的責任に反したことを根拠として（すなわち信義則違反を根拠として）、損害賠償責任などの法的効果を認めることもできるのではないかと思われる。

2-4. 名古屋地裁平成28年1月21日判決

消費者契約法3条に損害賠償責任などを発生させる法的効果があるか否かの問題については、最近注目すべき裁判例が現れた。名古屋地裁平成28年1月21日判決²²である。本件の事実の概要と判旨は以下のとおりである。

①事実の概要

X（原告）は、平成25年4月1日、A（仲介業者）の仲介により、駐車場の賃貸業を営むY（被告）との間で、賃貸期間を同月2日から平成26年4月1日まで、賃料月額2万3100円として、名古屋市内にある地下駐車場の一部を賃借する賃貸借契約を締結した。平成25年9月4日、名古屋市内において発生した集中豪雨により本件駐車場が浸水した影響で、Xが本件駐車場に駐車していた自己所有の

自動車の水没する被害を受けた。認定された事実によると、これまで名古屋市内においては、平成12年9月から平成25年9月までの間に、浸水被害を伴う集中豪雨が本件を含めて少なくとも6回発生していた。そして、本件駐車場においては、平成12年9月11日から12日の豪雨（以下「東海豪雨」という）及び平成20年8月28日から29日の豪雨（以下「平成二〇年豪雨」という）の際にも浸水が生じており、平成二〇年豪雨の際には、本件駐車場に駐車されていた車両にも被害が発生した。しかし、Yは、本件賃貸借契約を締結する際、本件駐車場における上記の浸水被害の事実について認識していながら、これをAにもXにも告げなかった。なお本件駐車場には、建設当時から排水設備として水中ポンプが設置されており、本件集中豪雨の直前を含めて数回交換されたことはあるが、その性能は本件集中豪雨の当時まで同程度であったとされている。なお、東海豪雨、平成二〇年豪雨、本件集中豪雨の際、本件駐車場に近い観測所（名古屋市役所）における60分最大雨量及び総雨量は次のとおりであった。

	60分最大雨量	総雨量（単位mm）
(ア) 東海豪雨	67.0	422.0
(イ) 平成二〇年豪雨	103.0	269.5
(ウ) 本件集中豪雨	106.0	140.5

そこで、Xは、Yが過去の浸水被害の内容や浸水のリスクをXに告知する信義則上の説明義務があったのにそれを怠ったなどと主張して、Yに対して、主位的に信義則上の説明義務違反による不法行為に基づき、予備的に債務不履行に基づき、損害賠償（本件車両の時価相当額など合計128万円余り）を求めて訴えを提起した。本件の主な争点は、Yにおいて本件駐車場の浸水被害に関する信義則上の説明義務違反があったか否かである。

②判旨（Xの請求認容）

名古屋地方裁判所は、まずYの説明義務違反の有無について、「本件駐車場は、本件賃貸借契約の約五年前に平成二〇年豪雨のために浸水し、駐車されていた車両にも実際に被害が生じていると

ころ、賃貸人であるYは、本件賃貸借契約を締結する際、当該事実を認識していたものである。ところで、地下駐車場が浸水して車両が水没すれば、当該車両の所有者は大きな財産的損害を被ることになるから、地下駐車場において、比較的近い過去に浸水が生じ、駐車されていた車両に被害が発生したことがあるか否かは、当該地下駐車場を賃借しようとする者にとって、契約を締結するか否かを決定する上で重要な事実であるといえることができる。また、地下駐車場については、その構造等から、一般的に集中豪雨等による浸水が生ずる可能性があること自体は認識し得るものといえるが、当該地下駐車場の周辺地域における具体的な浸水・冠水の発生状況や、当該地下駐車場における具体的な浸水被害の発生状況等については、これを賃借しようとする者には容易に認識し得ないのが通常である。そして、…Yは消費者契約法にいう事業者に当たり、消費者契約である本件賃貸借契約の締結について勧誘するに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供しよう努めるべき立場にあったこと（同法三条一項）等をも考慮すると、Yは、Xにおいて当該事実を容易に認識することができた等の特段の事情がない限り、信義則上、Xに対し、本件駐車場が近い過去に集中豪雨のために浸水し、駐車されていた車両にも実際に被害が生じた事実を、X又は仲介業者であるAに告知、説明する義務を負うというべきである。そうであるところ、本件賃貸借契約について、上記特段の事情を認めるに足りる証拠はないから、Yは、Xに対し、上記義務を負う」とした。

その上で、「Yが、…本件賃貸借契約の締結の際に、本件駐車場について平成二〇年豪雨の際に現に浸水が生じ車両被害が発生した事実をAにもXにも告知しなかったことは、信義則上の説明義務に違反し、Xに対する不法行為を構成するといえるべきである」として、Yには信義則上の説明義務違反による不法行為責任があると判示した。なお、損害額については、Yの説明義務違反と浸水によるXの損害との間に因果関係があることを認

め、本件集中豪雨当時の本件車両の時価相当額及び弁護士費用として合計128万円余りの損害賠償の支払いをYに命じた。

③本判決の意義

本件は、集中豪雨により駐車場が浸水して原告（賃借人）の自動車に浸水被害を受けたところ、その駐車場の賃貸借契約締結に際して、被告（賃貸人）が原告に対し、過去にも浸水被害があった事実を説明しなかったことにつき責任を負うかが争われた事案である。判決は、契約締結の際に被告が過去の浸水被害につき原告に告知しなかったことが信義則上の説明義務違反に当たるとして不法行為責任を認めた。この判決は、消費者契約法3条1項が定める事業者の情報提供義務を直接的根拠として損害賠償責任（法的効果）を認めたものではない。そうではなく、同条の情報提供義務を考慮して信義則上の説明義務を認定し、その違反を根拠として不法行為に基づく損害賠償責任を認めている。本判決が示した論理をまとめると次のようになる。①消費者契約に際して事業者は契約内容について必要な情報を提供する努力義務を負う（消費者契約法3条1項）。②これを考慮すると、事業者は、消費者が契約を締結するか否かを決定する上で重要な事実について、その事実を容易に認識することができた等の特段の事情がない限り、信義則上の説明義務を負う。③事業者がその説明義務に違反した場合には、それを根拠として不法行為に基づく損害賠償責任（法的効果）が発生する。これを見ると、本判決は、前掲大津地裁平成15年判決の示した判断を踏襲したものであると考えられる（ただし本判決は同判決を引用していない）。すなわち、大津地裁平成15年判決は、消費者契約法の趣旨を考慮して、事業者が契約締結上の重要な事実について信義則上の告知・説明義務に違反すれば、不法行為に基づく損害賠償責任が発生すると判断した。本判決もこれと同様の論理によって事業者の損害賠償責任を認めている。ただし、本判決は、大津地裁平成15年判決とはいくつかの点で異なっている。まず第一に、大津地裁平成15年判決では、消費者契約法が施行される

前の事案であったため、同法の「趣旨」を考慮して、信義則上の告知・説明義務違反を認定したにとどまる。しかし本判決では、消費者契約法3条1項の「明文規定」を考慮して、信義則上の説明義務違反を認定している。第二に、本判決は、事業者の信義則上の説明義務違反を認定する要件として、消費者において、「当該事実を容易に認識することができた等の特段の事情がない限り」という要件を示したという点で、大津地裁平成15年判決とは異なっている。このように本判決は、消費者契約における事業者の情報提供義務違反につき、消費者契約法3条1項を直接的根拠として法的効果の発生を認めたのではないが、同条を考慮して信義則上の説明義務を導き出し、その違反を根拠として法的効果の発生を認めている。つまり、本判決は、消費者契約法3条1項の事業者の情報提供義務を努力義務であるとしながらも、その違反につき信義則を介して間接的に法的効果の発生を認めたのである。これは消費者契約法3条1項の実質的な存在意義を考えるうえで大きな意義のある判断であるといえる。また、本判決は消費者契約における事業者の情報提供義務違反に対する法的効果の発生につき、一定の判断基準を示しており、今後の同様事案の指標になりうるものと思われる。

2.5. 小括

消費者契約の締結過程において、事業者が情報提供義務に違反した場合に、消費者契約法3条1項を根拠として法的効果が生じるかどうか。この問題について判断した判例は、次の2つのグループに分類することができる。一つは、結論的に法的効果の発生を肯定した判例（大津地裁平成15年判決、名古屋地裁平成28年判決）である。他方は、法的効果の発生につき否定的な判断をした判例（名古屋地裁平成19年判決、高松地裁平成24年判決）である。

まず、肯定的に判断した判例のうち、大津地裁平成15年判決は、消費者契約法施行前の事案であったが、同法の趣旨に基づいて信義則上の告知・説明義務違反を認定し、損害賠償責任（法的効果）を認めている。そして、名古屋地裁平成28年判決も同様に、消費者契約法3条1項を考慮しつ

つ、信義則上の説明義務違反を根拠として損害賠償責任（法的効果）を認めている。ただし、これらの判例は、消費者契約法3条1項の事業者の情報提供義務違反を直接的根拠として法的効果の発生を認めたわけではないことに留意する必要がある。すなわち、これらの肯定的判例は、同条に定める事業者の情報提供義務（その趣旨または規定）を考慮して信義則上の説明義務違反を認定し、それを根拠として不法行為に基づく損害賠償責任を認めており、あくまでも信義則上の説明義務違反を法的効果発生根拠としているのである。つまり、この2つの判例は、前述した従来の判例の立場を、消費者契約における情報提供義務違反のケースにも当てはめたものであるといえる。しかしながら、これらの肯定的判例は、事業者の信義則上の説明義務違反を認定する前提として、消費者契約法3条1項を考慮している。この点は、一般の契約とは異なる消費者契約の特性を意識したものであると考えられる。すなわち、消費者契約においては、事業者と消費者には情報力や交渉力等に大きな格差があるため、その格差是正のために消費者契約法3条において事業者の情報提供義務を課したのである。肯定的判例は、消費者契約において情報や交渉の面で有利な立場にある事業者に信義則上の説明義務を課し、その違反に対して法的責任を負わせるために、こうした消費者契約の特性を考慮したのではないかと考えられる。また、これらの肯定的判例は、消費者契約法3条1項の法的効果の問題につき、次のような基準を示したという点で大きな意義がある。すなわち、①消費者契約法3条1項の情報提供義務は「努力義務」であること、②ゆえに同法3条1項の情報提供義務違反を直接的根拠として契約取消しや損害賠償責任などの法的効果は発生しないこと、③しかし同法3条1項は信義則上の説明義務違反を認定する際の考慮要素になること、④この信義則上の説明義務違反を根拠として損害賠償責任などの法的効果が発生することである。なお、名古屋地裁平成28年判決は、事業者の情報提供義務ありと判断される要件として、(a) 当該情報が消費者にとって「契約を締結するか否かを決定する上で重要な事実（契約

締結の意思決定をするための重要な事実)」であること、(b) 消費者が「当該事実を容易に認識することができた等の特段の事情がない」ことが必要であるという基準を示している。これは、後の同様事案にとって判断指標としての意義があると思われる。

一方、否定的に判断した判例は、いずれも消費者契約法3条1項の事業者の情報提供義務が「努力義務」であることを理由に、損害賠償責任などの法的効果の発生を否定している。しかし、このうち名古屋地裁平成19年判決は、同法3条2項の消費者による情報活用理解義務の懈怠を理由とする事業者からの過失相殺の主張を防ぐために、同法3条1項の事業者の情報提供義務違反による法的効果をも否定したものである。また、高松地裁平成24年判決は、そもそも事業者の情報提供義務違反が認定されなかった事案である。そして、これらの否定的判例は、消費者契約法3条1項が信義則上の説明義務違反の有無を判断するための考慮要素になりうるかどうか、消費者契約法3条1項に違反すれば、信義則上の説明義務違反による損害賠償責任などの法的効果が認められるかどうかについては何も言及していない。そうすると、これらの否定的判例は、法的効果の発生につき肯定的に判断した判例の見解を否定するものではないといえるだろう。

以上のように考えると、今後は、名古屋地裁平成28年判決がリーディングケースとなり、そこで示された判断基準がこの問題についての解決指標になるものと思われる。

3. 学説の整理

消費者契約の締結過程において、事業者が消費者契約法3条1項の情報提供義務に違反した場合に、損害賠償責任などの法的効果が発生するかという問題については、消費者契約法の制定当初から議論されてきた。この問題につき、同法を立案した消費者庁は、制定当初より今日に至るまで、「本条は努力義務であるので、本条に規定する義務違反を理由として契約の取消しや損害賠償責任と

いった私法的効力は発生しない」という立場で一貫している²³。また、学説の中にも、同法に基づく法的効果の発生につき否定的な立場もある。たとえば、山本豊(2000)は、同条を訓示的規定であるとし、「事業者または消費者が本条の定める努力義務に違反しても、意思表示取消権や損害賠償責任など具体的な法律効果が発生するわけではない」とする²⁴。しかし、多くの学説は、何らかの理論構成によって、消費者契約法3条1項の法的効果を認めようとしている²⁵。以下では、有力な学説を整理する。

(1) まず第一に挙げられるのが、事業者が消費者契約法3条1項の情報提供義務に違反した場合には、民法の規定との関係で法的効果が生じるとする立場である。複数の論者がこのような見解を主張している。その主なものとして、次のような見解が挙げられる。まず、①消費者契約法3条1項の情報提供義務違反があった場合には、民法の規定を介して、法的効果が発生しうるとする見解がある。たとえば、松本(2000)は、消費者契約法3条1項の「努力義務も一種の行為規範であることには変わりはなく、民法の一般ルールである信義則(一条二項)、権利濫用(同条三項)、公序良俗(九〇条)といった規定を介して、事業者に不利な効果が生じる可能性は十分に残されている」とする²⁶。同様に、横山(2001)は、「消費者契約法が、情報提供義務を努力義務にとどめたことは、民法上、事業者が法的義務として情報提供義務を負いうることを否定する趣旨とは考えられない。…事業者による情報の不提供が、どのような場合に、どのような法的効果を持つのかについての具体的な規律は、民法に委ねられたと考えるべきであろう」としている²⁷。

また、②消費者契約法3条1項の情報提供義務違反が、民法の不法行為責任の違法性や過失を判断するための基礎になりうるとする見解もある。たとえば、落合(2001)は、「本条の事業者の努力義務は、…本法の立法趣旨から考えれば、極めて重要な努力義務である。したがって、本条の努力義務が、全く法的効果を伴わないものとして規定

されたと解するのは妥当でない」とする。そして、「本条の努力義務は、…その違反については、場合によって損害賠償等の私法的効果を生じさせ得ると解さなければならない。もちろん本条違反から安易に損害賠償等の法的効果を導くには慎重でなければならないが、それだからと言って本条違反に全く法的効果がないとするのは不当である。したがって、本条の努力義務違反が不法行為責任の違法性を基礎づけることはあり得る」と論じる²⁸。同様に、後藤（2015）は、「本条が事業者・消費者の義務を努力義務として規定している以上、それに違反したからといって、ただちに私法的効果（同条違反に基づく損害賠償請求、契約解除など）が発生するわけではない」としつつ、消費者契約法の目的からすると、事業者が同法3条1項に違反しても何の法的制裁も受けないのは妥当ではないとし、「同条項の努力義務違反が、事業者の不法行為責任の違法性を基礎づけることや、契約締結における信義則上の付随義務違反として私法的効果を生じさせることが考えられる」と述べる²⁹。

（2）第二に、消費者契約法3条1項の情報提供義務を同法4条の消費者取消権の根拠規定とみる見解もある。この説を提唱した加賀山（2000）は、「消費者契約法3条の規定について、…『私法的効果は発生しない』と考えることは、消費者契約法の体系に矛盾を生じさせることになり、許されないと考える。…消費者契約法全体の趣旨を生かして民法の法理と矛盾が生じないように解釈するならば、消費者契約法3条は、その条文の体系上、4条の消費者取消権の根拠規定の一つとしての事業者の情報提供義務を明らかにしたものと解すべきである」とする。そして、そのように考えることができるならば、「消費者契約法3条は、4条と相まって、事業者の情報提供義務とその違反に関する民事制裁（私法的効果）を規定したものと理解することができる」とする³⁰。また、加藤雅（2007）は、「同法3条が努力義務であることは、私法的効果にまったく影響をしないというような消極的な解釈はとるべきではなく、取消し、損害賠償の双方において一定の法的意味をもつこともありうる」とする。そして、「同法3条1項が規定

する…義務違反は、不実告知、断定的判断、不利益事実の不告知であることの認定を導きやすくし、同法4条、5条による取消しを容易にすることがありうる」と述べている³¹。なお、このような立場について、道垣内（2001）は、「消費者契約法3条1項にいう事業者の情報提供努力義務を積極的に位置づける方法としては、他の条文の解釈指針としての意味を見出すことを考えるべきである」とした上で、加賀山（2000）が示した見解は、上記（1）に挙げた松本（2000）などの見解と、択一的なものではなく、その双方を考えていくべきであろうとしている³²。

（3）第三に、消費者契約において事業者が負う情報提供義務を、一般的情報提供義務と特別情報提供義務に分類し、その義務違反があれば、一定の法的効果を認めることが可能であるとする見解もある。この見解を主張する山本敬（2000）は次のように論じている。まず、事業者の情報提供義務は、事業者と消費者の間に存する構造的格差は正のために事業者が負う「一般的情報提供義務」と、専門性の高い事業を行う事業者や消費者の生命・身体・財産等の利益に損害が生じる可能性のある契約において事業者が負う「特別情報提供義務」に分けられる。そして、後者の場合には、損害賠償責任のほか、取消しや無効を認めることも可能であるとしている³³。

（4）第四に、消費者契約法3条1項の情報提供義務違反の法的効果として、取消しや損害賠償責任を認める規定を立法化すべきことを主張する学説も有力である。たとえば、山本敬（2001）は、「消費者契約法の立法趣旨からすると、情報提供義務を認め、その違反がある場合は消費者に取消を認めることこそが要請されるというべきだろう。…一義的で明確なルール化ができないことを理由に立法化を否定するのは、本来の立法の趣旨を忘れた本末転倒の議論だといわざるをえない」としている³⁴。また、宮下（2007）は、（消費者契約法は）「消費者契約の一般法として、情報提供義務・説明義務が法的義務となる、あるいはその可能性があることを明示する必要が高まってきている」とし、「その違反があった場合に事業者の損

害賠償責任を認める規定を新設すべきである」と主張している³⁵。この立法化については、消費者契約法改正の審議過程においても検討されたが³⁶、批判も多かったため、結局は見送られている³⁷。

以上のように、学説の多くは何らかの理論構成により、消費者契約における事業者の情報提供義務違反につき法的効果を認めようとしている。この点、前述の判例が消費者契約法3条を考慮しつつ、信義則上の説明義務違反を根拠として法的効果の発生を認めているのは、これらの学説と同様の方向性を示したものといえるだろう。

4. 考察—消費者契約における事業者の情報提供義務とその法的効果

4.1. 契約締結過程における情報提供義務

一般に、契約を締結する際には、一方当事者は相手方に対して、目的物の使用方法やリスクの有無・可能性などに関する情報を説明する義務がある。このような義務を説明義務あるいは情報提供義務という³⁸。この義務は、契約当事者間に情報収集力や専門的知識などの格差がある場合に、情報や専門知識などで優位に立つ当事者に課される信義則上の義務とされる³⁹。特に、不動産取引、投資・投機的性質を有する取引、消費者契約などでは、事業者と顧客・消費者の間に情報や交渉力などの格差があるため、特別法において事業者の情報提供義務が課せられている⁴⁰。また、一方当事者が事業者でなくとも、積極的な説明義務が課せられることもある。特に、契約相手方の生命・身体・財産に損害を及ぼす可能性のある事実に関する情報については、当該情報を有する当事者は常に相手方に対してその危険性や程度などについて説明しなければならないとされる⁴¹。

4.2. 消費者契約における事業者の情報提供義務

2000年に制定された消費者契約法（以下では「旧法」とする）では、3条1項において、「事業者は、…消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必

要な情報を提供するように努めなければならない」と規定していた。この規定は、消費者契約を締結する際（勧誘）において、事業者が消費者に対して「情報提供義務」を負うことを定めたものである。ここで事業者が提供すべき情報の内容は、商品や役務（サービス）の内容やリスクなど、消費者が当該契約を締結するために必要な情報である⁴²。消費者庁は、この義務を「努力義務」とし、この義務違反を直接的根拠として契約取消しや損害賠償責任等の法的効果は生じないとの見解を示してきた⁴³。上述したように、この見解については多くの学説から批判を受けている。

近年における社会経済情勢の変化により、高齢者や若年者などの消費者被害が増加し、旧法では十分に被害救済を図ることが難しい事案が現われてきた。また、旧法が施行されてからこれまでに、裁判例や消費者トラブルの相談事例も蓄積されてきた⁴⁴。これを踏まえて、適切な措置を講じる必要があることなどから、2016年に旧法の一部が改正されるとともに、2018年には「消費者契約法の一部を改正する法律（平成30年法律第54号）」が成立した（以下では「改正法」とする）。改正法では、取消しうる不当な勧誘行為として、これまで旧法4条に規定されていた「不実告知」、「断定的判断の提供」、「不利益事実の不告知」などに加え、新たに「社会生活上の経験不足の不当な利用（不安をあおる告知や好意の感情の不当な利用）」、「加齢等による判断力の低下の不当な利用」、「靈感等による知見を用いた告知」等の規定が追加された（改正法4条）。

そして、改正法では、事業者の情報提供義務についても見直しがなされた。すなわち、改正法は3条1項の規定を1号と2号に分け、2号において事業者の情報提供義務について規定し、以下のよう文言を追加した。事業者は「消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものの性質に応じ、個々の消費者の知識及び経験を考慮した上で、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供する」ように努めなければならない

(改正法3条1項2号。下線は筆者記入)。改正法では、この事業者の情報提供義務が「努力義務」であるという点については旧法と変わりはないが、下線部分を新たに追加している。追加された文言のうち、「個々の消費者の知識及び経験を考慮した上で」という文言については、そもそも事業者の情報提供は個々の消費者の事情を考慮した上で行われるべきであるが、考慮すべき事情の中で特に重要な「知識及び経験」を明示したものである⁴⁵。そして、「物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものの性質に応じ」という文言については、個々の消費者の事情をどのように考慮するかは、消費者契約の目的となるものの性質により異なりうることから、この文言が追加的に明示された⁴⁶。このように、改正法は、事業者の情報提供義務の内容をより明確化し、事業者に対して消費者の個々の事情を考慮して情報提供すべき義務を課した点で、従来よりも消費者の利益に資するものになったといえる⁴⁷。

4.3. 事業者の情報提供義務違反の法的効果

上記のように、改正法では、3条1項についても文言追加という形で一定の内容修正が図られた。しかし、事業者の情報提供義務違反に対する法的効果については、改正法3条の下でも、「本条は努力義務であるので、本条に規定する義務違反を理由として契約の取消しや損害賠償責任といった私法的効力が直ちに生ずるものではない」という従来の立場は変更されなかった⁴⁸。もっとも、消費者庁の逐条解説(2019)では、「平成30年改正前の法第3条第1項の規定に基づく努力義務を考慮して信義則上の説明義務を導いた上で、当該説明義務に違反したことが不法行為を構成するとして事業者に損害賠償責任を認めた裁判例(名古屋地判平成28年1月21日判例時報2304号83頁)があるように、本規定の義務違反が他の規定の解釈や適用に影響を与えることはあり得るものと考えられる」と説明されている⁴⁹。この点は、近時の判例の動向を踏まえた見解として注目される。この消費者庁の見解は、消費者契約法3条1項に定める事業者の情報提供義務を努力義務とし、その違反から直ちに

法的効果は生じないとする点において従来と変わりが無い。しかし、同条が信義則上の説明義務違反を判断する考慮要素となり、それを根拠として損害賠償責任が発生するということを認めているように解釈でき、消費者庁の立場が近時の判例によって一歩進んだような印象を受ける。

また、前述したように、判例の中には、消費者契約法3条1項に規定する事業者の情報提供義務を努力義務であるとしつつ、その義務違反があった場合には、信義則上の説明義務違反を根拠として損害賠償責任が発生することを認めたものがある(前掲大津地裁平成15年判決、前掲名古屋地裁平成28年判決)。これらの判例は、消費者契約法3条1項を考慮して、信義則上の説明義務違反を認定し、それを根拠として法的効果の発生を肯定している。そして、学説の多くも民法の信義則違反・権利濫用・公序良俗違反を根拠にする等、何らかの理論構成により、消費者契約法3条1項の情報提供義務違反につき法的効果が発生することを認めようとしている。

いうまでもなく、消費者契約法3条1項における事業者の情報提供義務は努力義務として定められたものである⁵⁰。したがって、同条の規定の文言上は、この義務違反を根拠として直ちに損害賠償責任などの法的効果が生じると解することはできない⁵¹。しかし、事業者の情報提供義務違反により消費者の利益が害された場合において、その義務が努力義務であるという理由だけで何の法的効果も生じないとする、消費者契約法3条1項の規定自体が実効性のない規定になってしまうおそれがある⁵²。それは、消費者の利益擁護を図るという消費者契約法の趣旨や目的にも反するであろう⁵³。そして、前述の高松地裁平成24年判決が述べたように、消費者契約において事業者が消費者に分かりやすい説明を行うように努めることは、事業者の「社会的責任」でもある。とすれば、そうした社会的責任を果たしていないと認められるほどに情報提供義務に違反しているにもかかわらず、当該事業者には責任を負わせる法的効果が発生しないとすれば、企業経営において重要視されるべきCSRの精神にも反することになるだろう。

これらのことからすれば、いくつかの判例が、消費者契約法3条1項を考慮して信義則上の説明義務違反を認定し、それを根拠として損害賠償責任を認めた点については妥当な判断であると思われる。なお、判例では、法的効果として損害賠償責任が認められているが、場合によっては、契約取消しや無効といった法的効果が発生することも認められてよいであろう。例えば、事業者による情報提供義務違反が、消費者契約法4条に定める不当な勧誘行為にも比肩しう程度の違反であるような場合には、消費者が取消権を行使できる場合があってもよいと考える⁵⁴。また、消費者では理解の難しい専門性の高い情報や消費者の生命・身体・財産に重大な影響を与える可能性のある情報等については、事業者は消費者に積極的な情報提供をする「法的義務」を負うべきであると考えます。もし、事業者がそのような情報を消費者に説明しなかったり、不十分な説明をしたのであれば、契約上の重大な情報提供義務に違反したものとして、それを直接的根拠に契約取消しや損害賠償責任等の法的効果を認めるべきである⁵⁵。

なお、学説の中には、消費者契約法3条1項における情報提供義務違反の法的効果として、事業者が損害賠償責任を負うとする規定を立法化すべきとする見解がある⁵⁶。日弁連も、「消費者の権利保護の観点から、本法に事業者の情報提供義務を法的義務として明定し、かつ、義務違反の法的効果を明定する必要がある」として、情報提供義務違反の法的効果を立法化すべきことを主張している⁵⁷。この点につき、消費者契約法改正の審議過程においては、情報提供義務違反の法的効果として損害賠償責任に関する規定を設けることも検討されていた⁵⁸。しかし、結果的には立法化が見送られている⁵⁹。消費者契約法3条1項の情報提供義務の規定に実効性を持たせるためには、前述の判例のように信義則を介して法的効果を認めるという考え方も効果的ではある。しかし、消費者契約法の目的や同法3条の実効性確保のためには、情報提供義務を明示的に「法的義務」として定め、その義務違反に対する法的効果の規定を同法の中に立法化するほうがより妥当であると考えます。

5. おわりに

5-1. まとめ

以上のように、本稿では、消費者契約の締結過程において事業者が消費者契約法3条1項の情報提供義務に違反した場合に法的効果は発生するのか、発生するとしてそれはいかなる根拠によるのかという問題について、学説や消費者庁の見解を踏まえながら、判例の分析を中心に考察した。まず、消費者庁の見解によれば、消費者契約法3条に定める事業者の情報提供義務は「努力義務」であり、その義務違反を直接の根拠として契約取消しや損害賠償責任などの法的効果は生じないとされている⁶⁰。一方、学説の多くはこの見解に批判的であり、何らかの理論構成によって、消費者契約法3条の法的効果を認めようとしてきた（前述の学説参照）。そして、判例においては、消費者契約法3条を考慮して、信義則上の説明義務違反を認定し、それを根拠に損害賠償責任を認めた事例がみられる（前掲大津地裁平成15年判決、前掲名古屋地裁平成28年判決）。これらの判例は、消費者契約法3条1項を直接的根拠として法的効果を認めたものではない。そうではなく、民法の信義則を介して、信義則上の説明義務違反を根拠に法的効果を認めたものである。特に、名古屋地裁平成28年判決は、一定の判断基準を示しつつ、消費者契約法3条1項を考慮して信義則上の説明義務を導き出し、その義務違反を根拠として不法行為に基づく損害賠償責任を認めている。この名古屋地裁平成28年判決が示した判断基準は、この問題のリーディングケースとして今後の同様事案の指標としての意義を有するものと思われる。ただし私見は、専門的な情報や消費者の生命・身体に重大な影響を与える可能性のある情報については、その情報提供義務違反があれば、消費者契約法3条1項を直接的根拠として損害賠償責任などの法的効果を認めるべきであると解する。また、将来的には、消費者契約における事業者の情報提供義務を「法的義務」として明示的に定め、その義務違反を根拠とする法的効果の規定を消費者契約法の中に立法化すべきであると考えます。

5.2. 今後の課題

今後の課題としては、事業者の情報提供義務違反に対する法的効果の規定を消費者契約法で明文化するかどうかの問題とともに、より一般的に契約締結過程における情報提供義務に関する規定を、私法の一般法である民法において明文化すべきかどうかという問題がある。周知のとおり、2020年4月より改正民法が施行されている。この改正民法の審議過程においては、検討課題の一つとして、契約締結過程における情報提供義務の規定を新設するかどうかを検討された⁶¹。2013年に公表された「中間試案」においてもその条文案が提示されたが⁶²、結局は立法化が見送られた⁶³。これまで民法には契約締結過程における情報提供義務の明文規定はなかった。しかし、判例においては信義則上の説明義務が認められており、その違反があった場合には損害賠償責任が発生するとされてきた（前掲最高裁平成23年判決など）。この従来の判例において認められてきた契約締結過程における情報提供義務やその法的効果に関する規定を民法の中に明文化することは、契約の適正化や取引の安全に資することにつながるとされる。その一方で、事業者がからむ取引行為においては、その経営活動に委縮効果をもたらす可能性があり、問題もはらんでいる。そこで、今後の課題として、民法における情報提供義務とその法的効果の問題についても検討したいと考えている。

-
- 1 2000年に制定された消費者契約法の立法経緯や詳しい規定内容については、以下の文献が詳しく解説している。落合誠一『消費者契約法』（有斐閣、2001年）1頁以下。
 - 2 消費者契約法の改正の経緯や背景については、消費者庁消費者制度課編『逐条解説 消費者契約法〔第4版〕』（商事法務、2019年）59-90頁、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編『コンメンタール消費者契約法〔第2版増補版〕補巻一2016年・2018年改正』（商事法務、2019年）1-13頁等を参照。
 - 3 河上正二「改正消費者契約法の課題」現代消費者法41号（2018年）35頁以下参照。
 - 4 後藤巻則「総則規定の問題点と課題」ジュリスト1527号（2019年）52-53頁。

- 5 消費者庁企画課編『逐条解説 消費者契約法〔第2版〕』（商事法務、2010年）96頁。
- 6 消費者庁消費者制度課編『逐条解説 消費者契約法〔第4版〕』（商事法務、2019年）114頁。
- 7 信義則（民法1条2項。信義誠実の原則）とは、例えば契約などの取引関係においては、当事者は相互に相手方を信頼して誠実に行動しなければならないという原則のことを意味する。つまり、契約などの当事者は、常識に合致した行動を行い、相手の合理的な期待を裏切らないようにしなければならないということである。高森八四郎『民法総則〔改題補訂版〕』（法律文化社、2020年）8頁参照。
- 8 我妻榮・有泉亨・川井健『民法2 債権法第3版』（勁草書房、2012年）69頁。内田貴『民法Ⅱ 第2版 債権各論』（東京大学出版会、2007年）27頁など参照。
- 9 例えば、東京高判平成8年11月27日判時1587号72頁が挙げられる。本件は、証券会社の従業員が一般投資家に対してワラント取引の勧誘を行なった事案である。東京高裁は「証券会社及びその使用人は、投資家に対し証券取引の勧誘をするに当たっては、投資家の職業、年齢、証券取引に関する知識、経験、資力等に照らして、当該証券取引による利益やリスクに関する的確な情報の提供や説明を行い、投資家がこれについての正しい理解を形成した上で、その自主的な判断に基づいて当該証券取引を行うか否かを決することができるように配慮すべき信義則上の義務…を負う」とし、「証券会社及びその使用人が、右義務に違反して取引勧誘を行ったために投資家が損害を被ったときは、不法行為を構成し、損害賠償責任を免れない」と判示した。その他、東京高判平成9年7月10日判タ984号201頁（証券会社の従業員が主婦に対してワラント取引を勧誘した事案）なども同旨。
- 10 特に金融取引の事案において、多数の判例が事業者の損害賠償責任を認めている。山田誠一「金融取引における説明義務」ジュリスト1154号（1999年）21頁以下参照。
- 11 最判平成23年4月22日民集65巻3号1405頁
- 12 大津地判平成15年10月3日LEX-DBインターネット・文献番号28090191
- 13 教育訓練給付制度とは、働く者の主体的な能力開発の取組みを支援し、雇用の安定と再就職の促進を図ることを目的とする雇用保険の給付制度である。この給付制度を利用して厚生労働大臣の指定する教育訓練を受講して修了すると、本人が教育訓練施設

- に支払った教育訓練経費の80%に相当する額（上限30万円）がハローワーク（公共職業安定所）から支給される。この制度の詳しい内容については、厚生労働省HP「政策について 教育訓練給付制度」を参照（2020年5月1日閲覧）。https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/jinzaikaihatsu/kyouiku.html
- 14 消費者契約法は平成12年4月に可決成立し、平成13年4月1日に施行された法律である。一方、本件におけるXとYの契約交渉ないし契約締結は平成13年2月から同年3月に行われている。
 - 15 この点、宮下（2010）は、「本判決は、正面から3条に法的効力をもたせるわけではないが、それを根拠の一つとして説明義務違反＝過失の存在を基礎づけたうえで不法行為に基づく損害賠償という一種の法的効力を導き出した初めての裁判例という点に意義がある」と評価している。宮下修一「教育訓練給付制度の利用と説明義務違反」『消費者法判例百選』（有斐閣、2010年）79頁。
 - 16 名古屋地判平成19年1月29日LEX-DBインターネット・文献番号25437089
 - 17 宮下（2010）は、本判決は、「事業者側からの3条2項に基づく過失相殺の主張を封ずるために、3条全体の法的効力を否定している」とする。宮下修一「教育訓練給付制度の利用と説明義務違反」『消費者法判例百選』（有斐閣、2010年）79頁。
 - 18 この点、消費者庁も、事業者の情報提供義務（消費者契約法3条1項）と消費者の情報活用理解義務（同条2項）では「努力義務」の程度が異なることを認めているようである。すなわち、消費者庁の逐条解説によると、消費者の情報活用理解義務における「努力義務」は、「消費者と事業者との間の情報・交渉力の格差に鑑みて消費者に求められる努力のニュアンスを若干弱めたものである」と説明されている。消費者庁消費者制度課編『逐条解説 消費者契約法〔第4版〕』（商事法務、2019年）119頁。
 - 19 松本（2000）は、消費者契約法3条2項が規定する消費者の努力義務は、同条1項の事業者の情報提供努力義務よりも、「求められている努力の程度がかなり低いという印象を受ける」と述べている（ただし、事情によっては、消費者の努力義務違反があれば、民法の規定に基づき過失相殺が認められる場合もありうるとしている）。松本恒雄「消費者契約法と契約締結過程に関する民事ルール」法律のひろば53巻11号（2000年）17頁。
 - 20 高松地判平成24年5月30日LEX-DBインターネット・文献番号25481432
 - 21 消費者庁企画課編『逐条解説 消費者契約法〔第2版〕』（商事法務、2010年）96頁。前掲名古屋地判平成19年1月29日LEX-DBインターネット・文献番号25437089
 - 22 名古屋地判平成28年1月21日判例時報2304号83頁
 - 23 消費者庁企画課編『逐条解説 消費者契約法〔第2版〕』（商事法務、2010年）96頁、消費者庁消費者制度課編『逐条解説 消費者契約法〔第4版〕』（商事法務、2019年）114頁。
 - 24 ただし、山本教授は、「事業者の情報提供義務が努力義務にとどまったことは、これまで民法の解釈として判例・学説において承認されてきた説明義務違反による損害賠償責任の法理をいささかも否定するものではない」としている。山本豊「消費者契約法（2）—契約締結過程の規律」法学教室242号（2000年）87－88頁。
 - 25 学説については、宮下修一「教育訓練給付制度の利用と説明義務違反」『消費者法判例百選』（有斐閣、2010年）79頁、同「契約の勧誘における情報提供」法律時報83巻8号（2011年）10頁が整理している。
 - 26 松本恒雄「消費者契約法と契約締結過程に関する民事ルール」法律のひろば53巻11号（2000年）17頁。また、沖野（2018）は、消費者契約法3条1項は、「事業者の努力義務として定められており、履行請求やその不履行に対する損害賠償責任などを直ちにもたらすものではないものの、努力義務の存在とその不履行が、信義則や権利濫用といった一般法理において考慮要素となることは確かであろう」としている。沖野眞己「消費者契約における定型約款の組入要件」現代消費者法39号（2018年）27頁。
 - 27 横山美夏「消費者契約法における情報提供モデル」民商法雑誌123巻4・5号（2001年）555頁。
 - 28 落合誠一『消費者契約法』（有斐閣、2001年）61－62頁、66頁。
 - 29 後藤卷則・齋藤雅弘・池本誠司『条解 消費者三法』（弘文堂、2015年）30－31頁〔後藤卷則〕。
 - 30 加賀山茂「消費者契約法の実効性確保策と今後の展望」法学セミナー549号（2000年）46－47頁。
 - 31 加藤雅信『新民法大系Ⅳ 契約法』（有斐閣、2007年）139頁。
 - 32 道垣内弘人「消費者契約法と情報提供義務」ジュリスト1200号（2001年）50－51頁。
 - 33 山本敬三「消費者契約法と情報提供法理の展開」

- 金融法務事情1596号（2000年）10－12頁。
- 34 山本敬三「消費者契約法の意義と民法の課題」民商法雑誌123巻4・5号（2001年）518－519頁。
- 35 宮下修一「消費者契約法の改正課題—契約取消権および情報提供義務を中心に—」法律時報79巻1号（2007年）93－94頁。また、同「契約の勧誘における情報提供」法律時報83巻8号（2011年）14頁も参照。
- 36 消費者委員会・消費者契約法専門調査会『中間取りまとめ』（2015年）5－6頁。
- 37 池田清治「契約締結過程の民事責任論と消契法3条」法学教室441号（2017年）18－19頁。後藤卷則「総則規定の問題点と課題」ジュリスト1527号（2019年）52－53頁。
- 38 我妻榮・有泉亨・川井健『民法2 債権法第3版』（勁草書房、2012年）69頁参照。
- 39 内田貴『民法Ⅱ 第2版 債権各論』（東京大学出版会、2007年）27頁参照。
- 40 宅建業法35条「重要事項説明義務」、金融商品販売法3条「金融商品販売業者等の説明義務」、消費者契約法3条1項「事業者の情報提供義務」など。
- 41 横山美夏「契約締結過程における情報提供義務」ジュリスト1094号（1996年）134頁参照。
- 42 消費者庁企画課編『逐条解説 消費者契約法〔第2版〕』（商事法務、2010年）96－97頁。
- 43 消費者庁企画課編『逐条解説 消費者契約法〔第2版〕』（商事法務、2010年）96頁。
- 44 消費者庁HP「消費者契約法の一部を改正する法律に関する一問一答」（2020年5月1日閲覧）。https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/amendment/
- 45 この改正部分について、消費者庁は、「消費者が若年者や高齢者であって、知識や経験が十分でないようなときには、この点を考慮して、一般的・平均的な消費者のときよりも、より基礎的な内容から説明を始めること等が事業者に求められる」と説明している。消費者庁消費者制度課編『逐条解説 消費者契約法〔第4版〕』（商事法務、2019年）117頁。
- 46 この改正部分について、消費者庁は、「消費者契約の目的となるものが使用方法の複雑ではない日用品等である場合、こうした性質を踏まえると、売主である事業者が買主である消費者の知識及び経験を考慮すべき程度は必ずしも高くないものと考えられる。他方、消費者契約の目的となるものが複雑な仕組みの商品・役務である場合、消費者が十分に理解ができないおそれがある等の当該商品・役務の性質を踏まえると、事業者が消費者の知識及び経験を考慮すべき程度は相対的に高いものと考えられる」と説明している。消費者庁消費者制度課編『逐条解説 消費者契約法〔第4版〕』（商事法務、2019年）117頁。
- 47 鹿野菜穂子「消費者契約法における契約締結過程の規律—2016年・2018年改正の意義と課題」消費者法研究6号（2019年）165－166頁。
- 48 消費者庁消費者制度課編『逐条解説 消費者契約法〔第4版〕』（商事法務、2019年）114頁。
- 49 消費者庁消費者制度課編『逐条解説 消費者契約法〔第4版〕』（商事法務、2019年）114頁。
- 50 消費者庁消費者制度課編『逐条解説 消費者契約法〔第4版〕』（商事法務、2019年）113－114頁。
- 51 山本豊「消費者契約法（2）—契約締結過程の規律」法学教室242号（2000年）87－88頁参照。
- 52 後藤卷則・齋藤雅弘・池本誠司『条解 消費者三法』（弘文堂、2015年）30－31頁〔後藤卷則〕参照。
- 53 落合誠一『消費者契約法』（有斐閣、2001年）61頁参照。
- 54 加賀山（2000）は、「（消費者契約法）四条に直接には該当しない場合であっても、事業者三条にいう情報提供義務違反がある場合には、四条の規定の類推適用を行なう道が開かれる」と述べて、同法4条を類推適用して消費者取消権が生じうることを認めている。加賀山茂「消費者契約法の実効性確保策と今後の展望」法学セミナー549号（2000年）47頁。
- 55 山本敬三「消費者契約法と情報提供法理の展開」金融法務事情1596号（2000年）10－12頁参照。
- 56 山本敬三「消費者契約法の意義と民法の課題」民商法雑誌123巻4・5号（2001年）518－519頁、宮下修一「消費者契約法の改正課題—契約取消権および情報提供義務を中心に—」法律時報79巻1号（2007年）93－94頁など参照。
- 57 日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編『コンメンタル消費者契約法〔第2版増補版〕補巻—2016年・2018年改正』（商事法務、2019年）31－32頁。
- 58 消費者委員会・消費者契約法専門調査会『中間取りまとめ』（2015年）5－6頁。
- 59 池田清治「契約締結過程の民事責任論と消契法3条」法学教室441号（2017年）18－19頁。後藤卷則「総則規定の問題点と課題」ジュリスト1527号（2019年）52－53頁参照。
- 60 消費者庁消費者制度課編『逐条解説 消費者契約法〔第4版〕』（商事法務、2019年）114頁。
- 61 宮下修一「契約の勧誘における情報提供」法律時

報83巻8号（2011年）13－14頁参照。

62 法制審議会民法（債権関係）部会『民法（債権関係）の改正に関する中間試案』（2013年）48頁。

63 池田清治「契約締結過程の民事責任論と消契法3条」法学教室441号（2017年）19頁。