

消費者契約と媒介：消費者契約法5条の意義

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2012-05-16 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 宮下, 修一 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00006632

論 説

消費者契約と媒介——消費者契約法5条の意義

宮 下 修 一

目次

- 一 問題の所在
- 二 消費者契約法5条の内容
 - 1 5条の概要
 - 2 5条の必要性和適用範囲
- 三 「第三者」による「媒介」をめぐる解釈論の展開
 - 1 クレジット契約と「第三者」による「媒介」
 - 2 事業者から委託を受けた「第三者」の範囲
 - 3 第三者による「媒介」の範囲
 - 4 信販会社と販売業者等との関係
- 四 消費者契約法4条と5条の関係——「重要事項」の意味
 - 1 4条と5条における「重要事項」の範囲をめぐる問題
 - 2 売買契約・役務提供契約とクレジット契約における「重要事項」の異同
- 五 消費者契約法5条と割賦販売法上のクレジット契約の取消権との関係
 - 1 割賦販売法におけるクレジット契約取消権の導入
 - 2 5条の役割——割賦販売法上の取消権との関係
 - 3 割賦販売法上の取消権の法的性質

六 民法・消費者契約法改正をめぐる議論と消費者契約法5条の取扱い

- 1 緒論
- 2 民法改正へ向けた動きと5条の取扱い
- 3 消費者取引法制定へ向けた動きと5条の取扱い
- 4 5条の取扱いをめぐる方向性

一 問題の所在

消費者契約の締結にあたって、事業者自体は特に不適切な勧誘を行っていないものの、その事業者から契約締結に関する「媒介」の委託を受けた第三者または代理人が、同法4条1項から3項までに規定する行為に該当する不当な勧誘を行うことがある。そのような場合に、媒介者または代理人の行為を事業者の行為と同視して、消費者による契約取消権の行使を認めるのが、消費者契約法5条の規定である。

この5条をめぐるのは、とりわけ、事業者—消費者間の売買契約ないし役務提供契約（以下、「売買契約等」という）と同時にクレジット契約が締結された場合において、前者の契約が4条の適用により取り消された場合に、後者の契約が5条により取り消されるか否かが議論されている。

ところが、事業者、すなわち販売業者ないし役務提供事業者（以下、「販売業者等」という）が、事実上、信販会社を代行してクレジット契約（立替払契約）を締結する行為が5条にいう「媒介」にあたるか否かについて、立法担当者が執筆した『逐条解説 消費者契約法』（以下、『逐条解説』という）で展開された制限的解釈の影響を受けて、その範囲を限定的に——しかも、『逐条解説』よりもさらに狭く——解する裁判例が存在する。

また、5条は、契約当事者間に4条が適用されることを前提とする。その4条の規定のうち、5条が適用される場面で問題となる可能性が高い不実告知（4条1項1号）および故意による不利益事実の不告知（4条2項）

は、それらの行為が「重要事項」(4条4項1号・2号)に関するものであることを要求している。しかし、5条1項が、「媒介」をした第三者の行為に4条を「準用」するというスタイルをとるため、事業者(販売業者等)－消費者間の売買契約等に関する「重要事項」と、信販会社－消費者間のクレジット契約に関する「重要事項」とが同一のものであるのか、それとも異なるものであるのかが議論されている。

さらに、2008年の特定商取引法(特定商取引に関する法律)・割賦販売法改正によってクレジット契約(個別信用購入あっせん契約〔旧・個品割賦購入あっせん契約〕)の取消権が導入されたことに伴い(割賦販売法35条の3の13～35条の3の16)、消費者契約法5条の存在意義が改めて問われるという事態も生じている。

そこで、本稿では、消費者契約法5条をとりまく議論の現状を、実際に公表された裁判例の分析もふまえて整理したうえで、現在さまざまな形で議論をされている民法・消費者契約法改正の動向をふまえつつ、同条がもつ今後の発展の可能性を検討することにした。

具体的には、次の二で消費者契約法5条の概要を再確認したうえで、三で同条にいう「第三者」による「媒介」、および四で同条適用の前提となる4条にいう「重要事項」の解釈をめぐる議論を、裁判例の動向をふまえて確認する。さらに、五で5条と割賦販売法上のクレジット契約の取消権との関係を整理する。そのうえで、六で現在の民法・消費者契約法改正をめぐる議論における同条の取扱いと5条の今後の発展の可能性を考えることにしたい。

二 消費者契約法5条の内容

1 5条の概要

(1) 5条1項の概要

まず、本稿で直接の検討対象とする消費者契約法5条1項の内容を概観しておくことにしよう。

法形式としては、次のようなやや複雑な形をとる。1項では、事業者から委託を受けた受託者たる第三者（その第三者から委託を受けた二次受託者およびそれ以降の数次にわたる受託者を含む）が4条1項から3項までに該当する勧誘を行った場合に、同条を準用する。

この1項は、民法96条2項に定める第三者による詐欺（・強迫）の特例である。すなわち、第三者による詐欺との関係では、①次の2で述べるように相手方がそのことを知っている場合（悪意）にのみ表意者による契約の取消しが可能となるが、消費者契約法5条1項はそうした相手方の主観的事情にかかわらず取り消せる点、②事業者から「媒介」の委託を受けた第三者が、詐欺とまではいえぬものの誤認類型（4条1項・2項）に属する不適切な勧誘行為をした場合に契約取消しを可能とする点で、民法96条2項の要件が二重に緩和されている。なお、第三者による強迫の場合には、民法96条2項の反対解釈により、表意者保護の要請が強いことを理由に、そもそも相手方の悪意の有無にかかわらず取消しが可能とされている。そのため、第三者による強迫との関係で要件が緩和されているのは、強迫とまではいえぬものの困惑類型（同条3項）に属する不適切な勧誘行為をした場合にも取消しが可能とされる部分のみとなる¹。

¹ 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）159頁、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編『コンメンタル消費者契約法（第2版）』（商事法務、2010年）109～110頁。

また、1項の要件は、①事業者から委託を受けた「第三者」による勧誘、②事業者から第三者に対する消費者契約締結の「媒介」の委託、③「第三者」が4条1項から3項までに規定する行為をすること、の3つである。

(2) 5条2項の概要

本稿で直接対象とするわけではないが、念のため、消費者契約法5条2項の内容についてもここで概観しておくことにしよう。

2項では、事業者の代理人および1項の受託者たる第三者の代理人（いずれも復代理人およびそれ以降の数次にわたる復代理人を含む）が、消費者またはその代理人（やはり復代理人およびそれ以降の数次にわたる復代理人を含む）に対して4条1項から3項までに該当する勧誘を行った場合に、それぞれの代理人を、同条にいう事業者・消費者、さらに5条にいう受託者等に読み替える。

この2項は、代理行為において錯誤・詐欺・強迫等がなされた場合の意思表示の効力については代理人を基準にして判断する旨を定めた民法101条1項の規定の趣旨を、誤認類型・困惑類型に属する不適切な勧誘行為があった場合にも及ぼすものである²。なお、ここでいう消費者の代理人には、消費者のコントロール下に置かれていると考えられることを理由に、弁護士等の事業者が代理人を務める場合も含まれる点に留意されたい³。

2 5条の必要性和適用範囲

消費者からみれば、事業者から委託または委任を受けて、当該事業者と自らとの間の契約を締結させた媒介者または代理人は、事業者と同視しうる存在として行動しているといえる。また、事業者は、媒介者また

² 消費者庁編・前掲注1) 160頁、日本弁護士連合会編・前掲注1) 113～114頁。

³ 消費者庁編・前掲注1) 162～163頁。

は代理人との間でもともと委任や委託という法律上の関係を構築している以上、それらの者の状況を知悉しているか、あるいは、知悉しているべきであろう。そうであるならば、事業者は、仮にそれらの者が不当な勧誘をしたことを認識していなかったとしても、契約交渉を開始するまではそれらの者となんらの関係をもつてこなかった消費者にくらべると、要保護性が低いといえる。

しかしながら、現行の民法典のもとでは、契約当事者以外の第三者が不当な勧誘行為を行ったことにより契約を締結したという場合に、それに対応するための規定が必ずしも十分に用意されているわけではない。このような場合においてもっとも適用される可能性がある規定は、第三者による詐欺について定めた民法96条2項であろう。ところが、すでに1(1)でふれたように、同条は、その適用場面を、契約の相手方が第三者の詐欺について知っている(=悪意である)場合に限定している⁴。また、そもそも、「詐欺」であること自体が、いわゆる“二段の故意”(=相手方を欺罔して錯誤に陥れようとする故意+錯誤によって意思表示させようとする故意)の存在を要件とするものである⁵。消費者がこれらの要件をすべて立証することは、非常に困難である。

以上の状況を考慮すれば、消費者契約法5条のような規定が設けられたのは、ある意味で必然的であったといえることができる。立法担当者により編集された『逐条解説』において、同条の立法趣旨が、「第三者の不適切な勧誘行為に影響されて消費者が自らの意に沿わない契約を締結させられる」場合に、「契約の成立についての合意の瑕疵によって消費者が当該契約に拘束されることは衡平を欠く」ことにあるとされているのも⁶、当然といえよう。

⁴ 民法96条2項の適用可能性とその限界について言及するものとして、日本弁護士連合会編・前掲注1) 109～110頁。

⁵ 我妻榮『新訂民法総則(民法講義I)』(岩波書店、1965年) 308～309頁。

⁶ 消費者庁編・前掲注1) 154頁。

ところが、すでに一で述べたように、その『逐条解説』によって消費者契約法5条の適用範囲を狭めるような解釈論が展開され、さらにそれに沿った——むしろ、それよりもいっそう限定する形で——判断がなされた裁判例が公表されている。

次の三では、まず同条の「第三者」による「媒介」をめぐる展開された解釈論について、検討することにしたい。

三 「第三者」による「媒介」をめぐる解釈論の展開

1 クレジット契約と「第三者」による「媒介」

消費者契約法5条の適用の可否をめぐる裁判例に目を向けると、事業者（販売業者等）—消費者間の売買契約等の締結にあたってクレジット契約が用いられた場合において、前者の売買契約等が同法4条により取り消されたときに、後者のクレジット契約も同法5条により取り消されることになるか否かが問題となることが多い。

すでに周知のように、法形式上は、事業者（販売業者等）—消費者間の売買契約等と、信販会社—消費者間のクレジット契約は、別個の契約として捉えられる。もっとも、実際には、後者の契約は、信販会社と消費者との間で別個独立に締結されるわけではなく、前者の契約が締結される際に、販売業者等が信販会社を代行する形で同時に締結されることが通例である。そのため、「第三者」である販売業者等が後者のクレジット契約を「媒介」していると捉えたとうえで、前者の売買契約等が4条により取り消された場合には、後者のクレジット契約も5条により取り消されることになると考えられる。

ところが、『逐条解説』が「第三者」による「媒介」——とりわけ「媒介」——という要件を厳格に捉えていることの影響を受けて、その適用

範囲が限定的に解されている裁判例も散見される。

そこで、5条1項にいう「第三者」と「媒介」について、それぞれ、『逐条解説』による見解とそれに対する学説の批判を概観したうえで、実際の裁判例の動向を分析・検討することにしたい。

2 事業者から委託を受けた「第三者」の範囲

(1) 『逐条解説』の見解

すでに二1(1)で述べたように、「第三者」とは、事業者から直接の委託を受けた者のみならず、その者からさらに委託を受けた者、またその先に続く多段階にわたる委託を受けたものを含む、広い概念である。

『逐条解説』では、この「第三者」の例として、生命保険会社の代理店・営業職員の一部、携帯電話サービス契約における携帯電話販売会社等があげられている⁷。

(2) 学説の動向

日本弁護士連合会のコンメンタールでは、これらの者に加えて、不動産の売買・賃貸を仲介した宅地建物取引業者、クレジット契約やリース契約の仲介をした販売店、住宅ローンの設定に際し信用保証契約や火災保険契約を媒介した銀行、旅行サービスを手配した旅行業者、保険・証券の外交員(ただし、事業者の履行補助者とされ4条が直接適用される場合もありうる)が「第三者」の例とされている⁸。

⁷ 消費者庁編・前掲注1) 157～158頁。

⁸ 日本弁護士連合会編・前掲注1) 111～112頁。なお、佐久間毅教授は、第三者の範囲につき、「5条1項は従来と異なる新たな準則を定立したのではなく、従来すでに存していた準則を明確化したにすぎない」と指摘する(佐久間毅「消費者契約法と第三者・代理」ジュリスト1200号〔2001年〕64頁)。

(3) 裁判例の動向

実際の裁判例では、5条の適用の可否が直接判断されたものが7件存在する⁹。うち、適用を肯定したものが5件（[1]・[2]・[3]・[4]・[6]）、否定したものが2件（[5]・[7]）である（[カッコ]内の数字は、後掲「消費者契約法5条関連裁判例一覧表」の裁判例番号を指す〔以下同様〕）。

すでに1で述べたように、消費者契約では、商品の販売業者等が販売契約等を締結する際に、同時にクレジット契約を締結することが少なくないため、上記の裁判例でもクレジット契約の取消しの可否が問題となることが多い。

ちなみに、売買契約等と同時にクレジット契約が締結されている場合には、割賦販売法上の抗弁の対抗（抗弁権の接続）を主張することがしばしばみられる¹⁰。しかしながら、抗弁の対抗は未払金がある場合に支払いを拒絶するための規定であるため、すでに支払済みの既払金がある場合にそれを取り戻すことはできない。そこで、実際の裁判例では、消費者契約法5条を用いてクレジット契約を取り消し、それを取り戻すという

⁹ 後に4（4）で検討する平成23年最高裁判決でも、原告が消費者契約法5条を適用して契約を取り消すことを主張しているが、取消権が時効により消滅したことを理由として、実体的な判断は行われていない。そこで、平成23年最高裁判決については、後掲裁判例一覧表から除外している。

¹⁰ 後掲裁判例 [1] では、2008年改正前割賦販売法30条の4に基づく抗弁の対抗も主張されている。このほか、同条に基づく抗弁の対抗が主張された裁判例として、新潟地長岡支判平成17年8月25日消費者法ニュース68号61頁（第一審〔要旨のみ掲載〕）・東京高裁平成18年1月31日消費者法ニュース68号301頁（控訴審〔要旨のみ掲載〕）、佐世保簡判平成17年10月18日消費者法ニュース68号61頁（要旨のみ掲載）、宮津簡判平成21年9月3日 Westlaw Japan（ウエストロー・ジャパン）法令・判例データベース（判例番号：2009WLJPCA09036001）、等がある。なお、東京地判平成17年3月10日LLI統合型判例情報システム（「判例秘書」アカデミック版）判例検索（判例番号06030993／全文掲載）・消費者法ニュース72巻29頁（要旨のみ掲載）は、立替払契約が1回払いであるため割賦販売法は適用されないとしつつ、信義則を理由として、抗弁の対抗を認めている。なお、現段階で裁判例に現れているのは、いずれも2008年改正前同法30条の4に基づく主張である。2008年改正後は同条は総合信用購入あっせんにおける抗弁の対抗の規定となり、個別信用購入あっせんについては同法35条の3の19が新設されている。

主張がなされるようになったのである¹¹ (なお、2008年の特定商取引法・割賦販売法改正に伴い、特定商取引法上の不実告知・故意による不告知による販売契約の取消しが問題となる場面では、クレジット契約も取消しの対象とされることになったが、その点は後の五を参照)。

実際の裁判例のうち、5件(肯定例4件 [[1]・[2]・[3]・[6]]・否定例1件 [[7]])はクレジット契約にかかわるものであるが、残り2件(肯定例1件 [[4]]・否定例1件 [[5]])は貸金の連帯保証契約にかかわるものである。

クレジット契約に関する裁判例のうち、否定例 [7] は次の3 (3) (ウ) で検討する「媒介」性を否定したものであり、販売業者の「第三者」性を否定したものではない。肯定例は、当然のことながら、販売業者自体の「第三者」性を肯定する(なお、裁判例 [2] は、販売業者が「5条所定の受託者等の代理人」にあたるとする)。例えば、信販会社の承認を得ていない代理店が商品を販売したケースである裁判例 [6] は、そうした代理店が、承認を得た代理店たる「第三者」から委託を受けた者であるとして、「第三者」の範囲を拡大して捉える立法趣旨にも合致した解釈を展開している。

また、貸金の連帯保証契約に関する裁判例 [4] は、保証人に保証契約の締結をもちかけた借主が貸金業者の「媒介の委託を受けた第三者」にあたるとしたが、控訴審判決である裁判例 [5] はこれを否定した。もっとも、ここでは借主が第三者であるか否かという判断が「媒介」の解釈にかかっていると思われる。そこで、裁判例 [5] については、次の3 (3) (イ) で詳しく検討することにしたい。

¹¹ もっとも、契約が公序良俗違反により無効であるとして信販会社への既払金返還請求を認容した事例(倉敷簡判平成20年4月25日国民生活センターホームページ発表情報【平成20年10月16日付】)も存在する点には注意が必要である。また、後の4 (5) (イ) でふれるように、クレジット契約に消費者契約法4条を直接適用した事例も存在する。

3 第三者による「媒介」の範囲

(1) 『逐条解説』の見解

『逐条解説』では、「媒介」を「ある人と他の人との間に法律関係が成立するように、第三者が両者の間に立って尽力することをいう」と定義する。

ところが、この定義には、事例解説の中でさらに絞りがかけられている。すなわち、ここでいう「両者の間に立って尽力する」とは、「通常、契約締結の直前までの必要な段取り等を第三者が行っており、事業者が契約締結さえ済ませればよいような状況」を指すという。そのうえで、商品・サービスの宣伝の依頼を受けた者は、直前まで必要な段取りは行っていないことから、そもそも「媒介」の委託を受けたことにならないとする。

また、消費者契約の勧誘行為の委託についても、「媒介」にあたらぬ程度の勧誘もありうるとして、当然に「媒介」の委託をしたことにはならないとする¹²。

(2) 学説の動向

(1) で述べた『逐条解説』の見解に対して、立法にも関与した落合誠一教授は、例えば、顧客の紹介だけを委託されそれ以上の尽力はしない保険業の紹介代理店のように、尽力の対象が消費者契約締結にいたる一連の過程の一部に限定される場合でもあっても「媒介」に該当するという¹³。また、日本弁護士連合会のコメントも、「媒介」とは、「一般に、他人間の法律行為すなわち契約の成立に尽力する事実行為をいい、消費者を勧誘する行為も含まれる」として、「媒介」の内容を広く捉えて

¹² 以上については、消費者庁編・前掲注1) 155～156頁。もっとも、宣伝の依頼については、「最終的には個別具体例に即し、司法の場において判断される」という留保が設けられており、全面的に「媒介」性を否定しているわけではないとも考えられる。

¹³ 落合誠一『消費者契約法』(有斐閣、2001年) 98～99頁。

いる¹⁴。ちなみに、文言上、委託の内容が「消費者契約の締結の媒介」に限定されている点につき、事業者から消費者への情報提供が問題となる場合には、情報提供に関して委託があったか否かこそが重要となるはずであるという批判もある¹⁵。

この「媒介」の有無をめぐり、消費者契約においてとりわけ問題となりうるのが、1で述べたように、クレジット契約である。この点につき、上述した日本弁護士連合会のコンメンタールでは、「加盟店によってクレジット契約自体について誤認惹起行為があった場合や、困惑惹起行為によって売買契約とともにクレジット契約が締結された場合には、本条項の対象となり、クレジット契約が取り消される」とする。これに対して、加盟店が売買契約についてのみ不実告知を行った場合には、割賦販売法により抗弁の対抗（抗弁権の接続）が認められるが、それとともにクレジット契約を取り消すことができるかどうかは、同「契約の法定的特質や4条4項の『重要事項』をどのように考えるかにかかっている」としたうえで、「加盟店とクレジット業者との一体性を重視する考え方にたてば、クレジット契約の取消を肯定することになる」と指摘している¹⁶。

(3) 裁判例の動向

(ア) 「媒介」の肯定例

すでに、2 (3) でも紹介したところであるが、裁判例にはクレジット

¹⁴ 日本弁護士連合会編・前掲注1) 111頁。

¹⁵ 潮見佳男編『消費者契約法・金融商品販売法と金融取引』（経済法令研究会、2001年）45～46頁（佐久間毅執筆部分）。もっとも、佐久間教授は、多段階にわたる委託が事業者の承認によるものでも、またやむをえない事情によるものでもない場合には、取消権の行使は否定されると説く（同書46頁）。なお、消費者契約法制定前のものであるが、媒介・仲介が行われる場合に、適切な情報提供（広告や広報など不特定多数に対するものも含む）についての委託が認められる限りは事業者の行為と同視してもよいと説くものとして、沖野真巳「契約締結過程の規律と意思表示理論」河上正二ほか『消費者契約法——立法への課題（別冊NBLno.54）』（商事法務研究会、1999年）45～46頁。

¹⁶ 日本弁護士連合会編・前掲注1) 112頁。

契約と貸金の連帯保証契約について、それぞれ肯定例・否定例が存在する。

肯定例では、「媒介」の存在については、あまり問題とされずに認められている。例えば、裁判例 [3] は、①売買契約と立替払契約は密接不可分であること、また②販売業者の従業員が立替払契約の同意を取り付けたことの2点をあげて、販売業者によるクレジット契約締結行為が「媒介」にあたるとする。

(イ) 媒介の否定例・その1 — 「媒介」要件の加重とその不当性

これに対して、否定例では、「媒介」の要件にいずれも絞りがかけられている。

まず、貸金の連帯保証契約に関する裁判例 [5] は、「第三者」とは「事業者の共通の利益のために契約締結に尽力し、勧誘行為が事業者の行為と同視できるような関係」にあるものをいうと定義する。そのうえで、借主は貸金業者の事業活動拡大等のためではなく、あくまで自らの資金獲得という利益のために保証人となるように依頼をしているとして、保証人を貸金業者に紹介する行為は「媒介」にあたらないと判示する。ここでは、(1) で紹介した『逐条解説』の定義に、さらに“事業者の共通の利益のために”という加重された絞りがかけられている。

しかしながら、「媒介」に上記のような絞りをかける合理的な理由はまったくない。結果として、媒介により事業者の共通の利益が実現されることはあるにせよ、『逐条解説』の見解によっても、ある人と他の人との間に法律関係が成立するように尽力すれば足りるのであり、むしろ共通の利益の実現を問題にすると、5条の適用範囲がきわめて限定され、その立法趣旨を著しく損なうおそれがある。おそらく、裁判所は、借主が保証人を立てることはそもそも自己都合であり、媒介の委託を受けたものではないと考えて、「媒介」の範囲を狭く捉えることにしたのであろう。

しかし、実際には、借主が自発的に保証人を立てることは少なく、むしろ貸主が保証人を立てるよう仕向けるのみならず、商工ローンをめぐると問題で顕在化したように、保証人からの回収自体を目的とした貸付けが行われることもある点に留意すべきである¹⁷。したがって、事業者の具体的な行為態様によっては、借主の行為が「媒介」とされ、保証契約そのものを取り消すことができる場面があると思われる。

（ウ）「媒介」の否定例・その2 —— 「媒介」要件の厳格解釈とその不当性

裁判例 [7] は、「媒介」の定義そのものは (1) で紹介した『逐条解説』の見解を採用するが、「通常、契約締結の直前までの必要な段取り等を第三者が行っており、事業者が契約締結さえ済ませればよいような状況」という部分をきわめて厳格に捉えている。具体的には、まず次の3点を指摘する。すなわち、①信販会社は、販売業者と加盟店契約を締結して立替払契約申込用紙を交付しているが、販売業者に立替払契約締結のための代理や媒介を委託していない点、②信販会社は、立替払契約の申込みを受けて独自に消費者である購入者に架電し、商品購入の事実の有無・契約内容の了解の有無・立替払契約の申込意思の有無を確認している点、③ ②の際に販売業者の不実告知が商品の購入動機であるとの申し出が消費者からではなく、一連の対応に不審がなかったことから申込みの受託を決定した点の3つである。これらの点をふまえて、信販会社は独自に消費者の意思確認や与信調査を行っているとしたうえで、「被告販売会社の尽力により、被告信販会社が原告（消費者——筆者注）と契約締結さえ済ませればよいという状況になっていたと認めることはできない」として、

¹⁷ 荊原正道＝荊原洋子『利息制限法潜脱克服の実務（第2版）』（勁草書房、2010年）6頁、宇都宮健児編『多重債務被害救済の実務（第2版）』（勁草書房、2010年）32～33頁（宇都宮健児執筆部分）。

販売業者の「媒介」性を否定する。

たしかに、上記のうち、①については『逐条解説』のように「媒介」をきわめて限定的に捉えればそうした指摘も不可能ではない。しかしながら、(2)で紹介した落合教授の見解のように、「媒介」とは、そもそもある人と他の人との間に法律関係が成立するように一連の過程の一部でも尽力すればそれで足りるはずである。もし、「媒介」をする者に「契約締結の直前までの必要な段取りをすべて行っている」という形でお膳立てをすべて整えることまで求めるのであれば、それは履行補助者として本人と同視すべきであって、「本人」の履行補助者とは異なる「媒介」という概念を定立した意味を著しく減じることになる。

②については、仮に信販会社が独自の確認をしたとしても、次の4で論じるように、そもそも信販会社と販売業者、さらに両者が消費者と締結する売買契約とクレジット契約の一体性を考慮すれば、「媒介」により締結されたクレジット契約の最終段階の確認をしたにすぎないというべきであろう。

さらに、③については、信販会社からの電話ではどのような商品を購入したかを尋ねることはあっても、その商品をどのような目的で購入したかまで尋ねることはなく、また尋ねられてもいない事項に回答することはないのが通常である以上、自発的に消費者が商品購入の動機を告げていない点をことさら非難するのは、いささか牽強附会にすぎるといえるべきである。

なお、本判決の控訴審では、第1回口頭弁論手続期日において、信販会社は消費者に既払金全額を返還するとともに、消費者は販売業者と合意解除したうえでリニューアル費用として1万円を支払う代わりに、商品を返還する旨の、実質的に消費者逆転勝訴ともいえるべき和解が成立していることを付言しておきたい。

4 信販会社と販売業者等との関係

(1) クレジット契約における「媒介」をめぐる問題

クレジット契約における販売業者の行為が「媒介」にあたるか否かという点をさらに一歩進んで考えれば、すでに1で述べたように、そもそも、信販会社と販売業者等は、消費者との関係でみると、法形式上は別の契約主体であるとしても、実質的には一体とも捉えられるべき関係である¹⁸。実際、[7]の事例でも、信販会社は契約の最終段階で架電をするという形で登場するにとどまり、クレジット契約締結の基本的な部分はすべて販売業者が行っている。

1でもふれた販売契約等とクレジット契約の関係をめぐっては、いわゆる「抗弁の対抗（抗弁権の接続）」をめぐる議論の中でその関係が検討されている。特に、平成2年に、最高裁判所が、2008年改正“前”割賦販売法30条の4が定める「抗弁の対抗」につき、同規定を「創設的規定」と捉える判決（以下、「平成2年最高裁判決」という）¹⁹を下したことを受けて、学説では、両者の関係を民法上の一般理論をふまえて改めて両者を密接な関連性をもつものであると強調したうえで、同規定を「確認的規定」と捉える動きが進んできた。

ところが、平成23年に、最高裁判所は、販売契約が無効となる場合において、購入者がクレジット契約に基づき支払った既払金の返還を求めることができるか否かという点につき、「創設的規定説」を採用した平成

¹⁸ 池本誠司「消費者契約法5条によるクレジット契約の取消し」国民生活研究47巻4号（2008年）4～6頁、座談会「割賦販売法の大改正——産業構造審議会割賦販売分科会基本問題小委員会報告を受けて」クレジット研究40号別冊（2008年）24頁（船矢祐二発言部分）、後藤巻則「クレジット契約における販売業者の法的地位」現代消費者法1号131～133頁（2009年）、後藤巻則＝池本誠司『割賦販売法』（勁草書房、2011年）318～319頁（池本誠司執筆部分）も、こうした実態を指摘する。

¹⁹ 最判平成2年2月20日裁判集民事159号151頁、判時1354号76頁、判タ731号91頁、金法1263号27頁、金判849号3頁。

2年最高裁判決を引用したうえで、特段の事情がない限り、クレジット契約は無効にならないという判決（以下「平成23年最高裁判決」という）²⁰を下した。

割賦販売法をめぐる2つの最高裁判決の動向は、3 (3) で検討してきたクレジット契約が消費者契約法5条にいう「媒介」にあたるか否かを考えるうえでも、その内容を制限的に解するか否かという点で、大きな影響を与える。

そこで以下では、(2) で平成2年最高裁判決の概要を紹介したうえで、(3) でその後の学説の展開を簡潔に振り返る。さらに、(4) で平成23年最高裁判決の概要を紹介したうえで、(5) で2つの最高裁判決の問題点を検討し、割賦販売法上の議論が消費者契約法5条の「媒介」をめぐる議論にどのような影響を与えるか、改めて考えることにする。

(2) 平成2年最高裁判決

(ア) 事案の概要

平成2年最高裁判決は、1984（昭和59）年の割賦販売法改正前に締結された呉服販売契約に伴うクレジット契約（個品割賦購入あっせん契約／〔現・個別信用購入あっせん契約〕）に基づく立替金請求の可否が争われたものである。具体的な事案は、以下の通りである。1982（昭和57）年8月に、購入者Y（被告・控訴人・被上告人）と販売業者Aとの間で呉服の販売契約が締結されたが、Aが購入した商品を引き渡さなかった。そのため、1983（昭和58）年5月になってYとAとの間で同契約が合意解除されたにもかかわらず、Aは代金を返還しなかった。その後、販売契約と同時に締結されたクレジット契約に基づき、Aに代金を立替払いした信販会社X（原告・被控訴人・上告人）が、Yに立替金の支払いを求めて訴訟

²⁰ 最判平成23年10月25日金判1378号12頁。

を提起した。

第一審判決²¹では、Yが口頭弁論期日に出頭しなかったため、Xが勝訴した。これに対して、Yは、上記のように売買契約が合意解除された場合には、Xによるクレジット契約に基づく立替金支払請求も信義則に反し許されないと控訴した。第二審判決²²では、このYの主張が認められてXが敗訴した。そこで、Xが上告した。

（イ）判旨

最高裁は、次のように述べて、1984年改正後・2008年改正前割賦販売法30条の4の規定が「創設的規定」であるとしたうえで、1984年改正前に締結されたクレジット契約について、購入者は、特段の事情がある場合を除いて、売買契約上生じている事由をもって信販会社からの履行請求を拒絶することはできないと判示した。

「購入者が割賦購入あっせん業者（以下「あっせん業者」という。）の加盟店である販売業者から証票等を利用することなく商品を購入する際に、あっせん業者が購入者との契約及び販売業者との加盟店契約に従い販売業者に対して商品代金相当額を一括立替払し、購入者があっせん業者に対して立替金及び手数料の分割払を約する仕組みの個品割賦購入あっせんは、法的には、別個の契約関係である購入者・あっせん業者間の立替払契約と購入者・販売業者間の売買契約を前提とするものであるから、両契約が経済的、実質的に密接な関係にあることは否定し得ないとしても、購入者が売買契約上生じている事由をもって当然にあっせん業者に対抗することはできないというべきであり、昭和59年法律第49号（以下「改正法」という。）による改正後の割賦販売法30条の4第1項の規定は、法が、購入者保護の観点から、購入者において売買契約上生じてい

²¹ 福岡地大牟田支判昭和58年10月21日金判849号8頁。

²² 福岡高判昭和59年6月27日金判849号7頁。

る事由をあっせん業者に対抗し得ることを新たに認めたものにほかならない。したがって、右改正前においては、購入者と販売業者との間の売買契約が販売業者の商品引渡債務の不履行を原因として合意解除された場合であっても、購入者とあっせん業者との間の立替払契約において、かかる場合には購入者が右業者の履行請求を拒み得る旨の特別の合意があるとき、又はあっせん業者において販売業者の右不履行に至るべき事情を知り若しくは知り得べきでありながら立替払を実行したなどの右不履行の結果をあっせん業者に帰せしめるのを信義則上相当とする特段の事情があるときでない限り、購入者が右合意解除をもってあっせん業者の履行請求を拒むことはできないものと解するのが相当である」（下線は筆者が付記）。

具体的には、本事案では、次のような判示がなされた。まず、AがXの加盟店として契約締結の衝にあたり、またYとの間で合意解除にともなう諸問題を責任をもって処理する旨約したとしても、それだけでは「特別の合意」ないし「特段の事情」があるとはいえない。また、X-Y間の立替払契約に「商品の瑕疵又は引渡の遅延が購入目的を達成することができない程度に重大であり、購入者がその状況を説明した書面をあっせん業者に提出し、右状況が客観的に見て相当な場合には、購入者は瑕疵故障等を理由にあっせん業者に対する支払を拒むことができる」旨の契約条項があり、それが「特別の合意」といえるとしても、Yが当該手続を履践した等の事実が確定されていない。最高裁は、以上の理由から、Yが勝訴した原審判決を破棄し、原審に差し戻した。

(3) 学説の動向

(2) で紹介した最高裁判決を受けて、学説でも活発な議論が展開された。本稿では直接の論点ではないため、詳細な検討は割愛するが、具体的には、拒弁の対抗の規定である1984年改正後・2008年改正前割賦販売法30条の

4について、これを「創設的規定」とした平成2年の最高裁判決の論理によるのではなく、単なる「確認的規定」にすぎないとして、その両者の密接な関係に着目して新たな論理を構築しようとする動きが有力である²³。

例えば、抗弁の対抗は、「異なる契約上の債務ないし給付間の牽連性」、すなわち売買契約の場合であれば、「売買代金債務との間に対価関係が認められる目的物引渡債務等と立替金等債務との間にも発生上、履行上、存続上の牽連関係がある」がゆえに認められるとする見解がある²⁴。

それとは別に、信用購入あっせん契約を「買主から信販会社に対する第三者の弁済の委託契約」と捉えたうえで、抗弁の対抗を民法上の法理からしても当然に認められるとする見解もある。すなわち、このような立場からは、立替払いは信販会社の契約上の債務履行であると同時に買主の代金債務に関する第三者の弁済としての意味をもち、法定代位（民法500条）により、信販会社は、立替払契約上の債権に加えて、債権の効力および担保として売主が買主に対して有していた一切の権利——具体的には、代位によって発生する求償権、代位により取得された売買契約上の債権——を行使できることになる（同法501条）。このうち代位により取得された売買契約上の権利については、通説的立場ではその債権が移転することにほかならないので、その債権に付着する種々の抗弁権（売買契約の無効・取消し等による代金債務消滅の抗弁を含む）も移転後の債権にそのまま付着する。したがって、買主は信販会社に対し、それらの抗弁権を、民法上の一般法理からして当然に主張しうることになる²⁵。

²³ 学説および裁判例の動向については、後藤＝池本・前掲注18) 351～369頁（池本執筆部分）、さらに後掲注24) および25) の文献等を参照。

²⁴ 千葉恵美子「割賦販売法上の抗弁接続規定と民法」『創刊50周年記念論集Ⅱ 特別法からみた民法』民商法雑誌93巻臨時増刊号（2）（1986年）280～308頁（引用は293頁）。

²⁵ 加藤雅信『新民法大系Ⅲ 債権総論』（有斐閣、2005年）282～293頁。

(4) 平成23年最高裁判決

(ア) 前提 — 2008年割賦販売法改正前後における議論状況

1984年割賦販売法改正によって導入された「抗弁の対抗」は、あくまで、購入者が信販会社に対して、売買契約等に伴って締結されたクレジット契約に基づく立替金の支払いをしていない場合に主張できるものである。ところが、現実には、クレジット契約に基づく立替金の支払いを行った後に、販売契約等に契約解消事由が生じ、実際に契約が解消される（例えば、商品の引渡しや役務の提供が行われずに債務不履行を理由に解除される）ことも少なくない。その場合には、購入者が信販会社に対してすでに支払った立替金（既払金）の返還を求めることができるようにも思われる。

ところが、割賦販売法には、2008年改正前の段階で、既払金返還請求を認める条文は存在しなかったため、前段に述べたような事情があった場合に、信販会社が購入者の既払金返還請求に応じなければならないか否かが争われてきた。この点については見解が分かれていたが、学説でも肯定する方向を示す見解が強まり、また、裁判例でも、信販会社の加盟店調査義務違反による公序良俗違反ないし不法行為責任等を根拠としてそれを認めるものがいくつかみられた²⁶。

すでに、(1)でも言及したように、2008年割賦販売法改正によって、売買契約等に契約取消事由が生じた場合には、それに伴うクレジット契約も解消することが可能となった（詳細については、**五**を参照）。

本改正により、現在の法制のもとでは、上述した既払金返還請求が可能となったが、2008年改正後割賦販売法が施行される以前に締結された

²⁶ 学説および裁判例の動向については、平成23年最高裁判決の控訴審判決（後掲注28）の判例研究である尾島茂樹・判例評論614号（2010年）7～15頁（判時2066号169～177頁）、得津晶・北大法学論集61巻2号（2010年）148～127頁、潮見佳男ほか編『金融・消費者取引判例の分析と展開（金融・商事判例増刊1336号）』（2010年）158～161頁（鹿野菜穂子執筆部分）。なお、後藤＝池本・前掲注18）309～312頁（池本執筆部分）も参照。

契約については、依然として、既払金返還請求の可否が問題となる。

この問題について、最高裁判所は、「抗弁の対抗」について「創設的規定」説を採用した平成2年最高裁判決を引用したうえで、既払金返還請求の場面でも、同様に「創設的規定」説を維持することを明らかにした。以下、簡単に事案を紹介したうえで、判旨を確認しておくこととしよう。

(イ) 事案の概要

2003(平成15)年3月に、購入者X(原告・控訴人・被被告人)は、いわゆるアポイントメントセールスにより、販売業者Aとの間で宝飾品の売買契約を締結し、それと同時に、信販会社B(被告)との間でクレジット契約を締結した。その後、Xは、約2年6カ月間にわたり、BおよびY(2004年にBから営業譲渡を受けた信販会社〔承継参加人兼参加人・被控訴人・被告人〕)に対して立替金の返済を続けたが、2005(平成17)年10月になって、売買契約における勧誘態様等に問題があったとして支払いを停止した。その後、Xは、BおよびYに対して、売買契約が公序良俗違反により無効であったこと、または、消費者契約法5条に基づく契約取消しを理由としてそれと一体の関係にあるクレジット契約に基づいて支払った既払金の返還を求めて訴えを提起した。これに対して、Yは、Xに対して、未払いとなっている立替金残額の支払いを求めた。

第一審判決²⁷は、売買契約が公序良俗違反として無効となるものではないこと、また、消費者契約法7条により、同法5条に定める取消権は時効によって消滅していることを理由として、Xの請求を棄却し、Yからの立替金残額の支払請求を認容した。これに対して、控訴審判決²⁸は、販売契約が公序良俗違反により無効となることから、2008年改正前割賦販売法

²⁷ 津地伊勢支判平成20年7月18日金判1378号24頁。

²⁸ 名古屋高判平成21年2月19日判時2047号122頁・金判1378号18頁。

30条の4の規定に基づき、XがYからの立替金残額の請求を拒絶できるとしてYの請求を否定したうえで、クレジット契約もその目的を失って失効するとして、Xの請求を認容した。そこで、Yが上告した。

(ウ) 判旨

すでに(ア)で述べたように、最高裁判所は、平成2年最高裁判決が採用した「創設的規定」説を前提として、次のような形で、Xからの既払金返還請求が否定される旨を判示した。

「(1) 個品割賦購入あっせんは、法的には、別個の契約関係である購入者と割賦購入あっせん業者（以下「あっせん業者」という。）との間の立替払契約と、購入者と販売業者との間の売買契約を前提とするものであるから、両契約が経済的、実質的に密接な関係にあることは否定し得ないとしても、購入者が売買契約上生じている事由をもって当然にあっせん業者に対抗することはできないというべきであり、割賦販売法30条の4第1項の規定は、法が、購入者保護の観点から、購入者において売買契約上生じている事由をあっせん業者に対抗し得ることを新たに認めたものにほかならない（最高裁昭和59年（オ）第1088号平成2年2月20日第三小法廷判決・裁判集民事159号151頁参照）。そうすると、個品割賦購入あっせんにおいて、購入者と販売業者との間の売買契約が公序良俗に反し無効とされる場合であっても、販売業者とあっせん業者との関係、販売業者の立替払契約締結手続への関与の内容及び程度、販売業者の公序良俗に反する行為についてのあっせん業者の認識の有無及び程度等に照らし、販売業者による公序良俗に反する行為の結果をあっせん業者に帰せしめ、売買契約と一体的に立替払契約についてもその効力を否定することを信義則上相当とする特段の事情があるときでない限り、売買契約と別個の契約である購入者とあっせん業者との間の立替払契約が無効となる余地はないと解するのが相当である。

(2) これを本件についてみると、Aは、Bの加盟店の一つにすぎず、AとBとの間に、資本関係その他の密接な関係があることはうかがわれない。そして、Bは、本件立替払契約の締結の手續を全てAに委ねていたわけではなく、自らXに本件立替払契約の申込みの意思、内容等を確認して、本件立替払契約を締結している。また、Xが本件立替払契約に基づく割賦金の支払につき異議等を述べ出したのは、長期間にわたり約定どおり割賦金の支払を続けた後になってからのことであり、Bは、本件立替払契約の締結前に、Aの販売行為につき、他の購入者から苦情の申出を受けたことや公的機関から問題とされたこともなかったというのである。

これらの事実によれば、上記特段の事情があるということではできず、他に上記特段の事情に当たるような事実もうかがわれない。したがって、本件売買契約が公序良俗に反し無効であることにより、本件立替払契約が無効になると解すべきものではなく、Xは、Bの承継人であるYに対し、本件立替払契約の無効を理由として、本件既払金の返還を求めることはできない。

そのうえで、原審と同様に、消費者契約法5条に基づく請求も、同条7条によって時効消滅しているとして、原審判決を破棄自判し、Xの請求を棄却した。なお、未払い分の立替金支払請求については、Yが上告受理申立ての理由書を提出しないという理由で却下している。

(5) 2つの最高裁判決の問題点と消費者契約法5条への影響

(ア) 2つの最高裁判決の問題点

以上で確認したように、平成2年最高裁判決と平成23年最高裁判決は、いずれも、「抗弁の対抗」を定めた2008年改正前割賦販売法30条の4が「創設的規定」であって、特段の事情がない限りは、原則として法に定められた事項以外は許されないことを前提としている。

しかし、売買契約とクレジット契約は、実態として、信販会社が最終

段階以外の場面で登場せず、契約締結に際してその基本的な部分を販売業者が行っている。そればかりではなく、すでに(3)で紹介したように、民法の一般理論との関係では、同規定を「創設的規定」と捉える最高裁判所の立場ではなく、「確認的規定」と捉える立場の方が整合性がとれるとの指摘がなされている。この(3)で紹介したいずれの立場をとるにせよ、売買契約とクレジット契約は、そもそも民法の一般理論の面からして一体的なものと考えられる。

以上の点を考慮すれば、2つの判決で示された最高裁判所の態度は、民法の一般理論と相容れないものと評価することが可能となろう。

(イ) 消費者契約法5条への影響・その1 — 民法の一般理論との整合性

それでは、上記の2つの最高裁判決は、消費者契約法5条との関係でどのような影響を及ぼすであろうか。

2つの最高裁判決の立場を前提とすれば、2008年改正後割賦販売法が施行される前に契約が締結された事案においては、消費者契約法5条を用いた解決を行うことが考えられる。実際、裁判例[7]の事案は、まさにそのような場面での問題といえる。ところが、この裁判例[7]においては、売買契約とクレジット契約につまみたく別異の法形式であることのみを強調し、一連の過程の中で行われた信販会社による一部の独自行為のみにことさらに注目して、購入者の請求を否定した。

しかしながら、(ア)で述べた民法理論との整合性という観点は、ひとり2008年改正前割賦販売法30条の4をめぐる議論にのみ該当するのではなく、消費者契約法5条の適用場面でも同様に該当するものである。このような観点を等閑視して、形式的な法形式のみを強調する裁判例[7]の態度は、両契約の関係の本質を見失っているものと評価できるであろう。むしろ、両契約の本質を考慮すれば、「媒介」という枠組みを超えて両者を一体的に捉える方向も考えられる。実際に、いずれも本稿では直接の

検討対象としていない裁判例の中に、消費者契約法5条を用いずに、4条の規定をクレジット契約に直接適用しているものが存在する点にも留意しておきたい²⁹。

なお、『逐条解説』は、消費者契約の取消しは善意の第三者に対抗できないとする4条5項の規定について、そこでの第三者に信販会社が含まれるという立場をとる³⁰。しかし、上述した点も考慮したうえで、クレジット契約は売買契約と同時に成立している以上、信販会社は新たな利害関係を有するに至ったとはいえ、同項にいう善意の第三者にはあたらないという解釈³¹を採用すべきである。

もっとも、割賦販売法上にクレジット契約取消権が導入されたことにより、消費者契約法5条の役割が相対的に小さくなっているともいえるが、この点については五で改めて検討したい。

(ウ) 消費者契約法5条への影響・その2——消滅時効との関係

また、平成23年最高裁判決では、クレジット契約の締結から6カ月以上を経過したことを理由に、消費者契約法7条の消滅時効期間が経過して、購入者Xによる取消権行使が否定されている。

この点については、立法時から消滅時効期間が非常に短く、被害者救

²⁹ 小林簡判平成18年3月22日消費者法ニュース69号188頁(悪質リフォームによる床下補強工事〔床下補強契約〕に伴って締結された立替払契約が、故意による不利益事実の不告知〔4条2項〕に基づき取り消された事例)、東京地判平成21年6月19日判時2058号69頁(包茎手術・亀頭コラーゲン注入術に関する診療契約に伴って締結された立替払契約が、故意による不利益事実の不告知〔4条2項〕に基づき取り消された事例)。なお、東京簡判平成15年5月14日最高裁判所ホームページ(全文掲載)・消費者法ニュース60号213頁(要旨のみ掲載)は、絵画の展示販売に伴う立替払契約に基づき信販会社からなされた支払請求に対して、購入者から販売店の行為が4条3項2号に該当するため立替払契約も5条1項により取り消されるという抗弁が提出された。しかし、裁判所は後者について判断することなく、前者に該当することのみを理由として、原告である信販会社の請求を斥けている。

³⁰ 消費者庁編・前掲注1) 149～152頁。

³¹ 日本弁護士連合会編・前掲注1) 107頁。

済の実効性を妨げるのではないかという批判がなされていた。ただ、実際の裁判例をみると、被害者が実際に取消権を行使することが可能となる時点まで、消滅時効の起算点を繰り下げるなどして、柔軟な解決を志向している³²。

平成23年最高裁判決の事案をみると、アポイントメントセールスの方法により、いわゆる「デート商法」（異性による勧誘を通して購入者の心理的関心を喚起し、商品を購入させる取引手法）が行われている。この商法では、実際に契約を締結した後も、業者側が購入者の心理的拘束を利用して、事実上、クーリング・オフ権や取消権等の行使をさせないようにすることも少なくない。たしかに、本事案では、購入者から信販会社Yに対して支払拒絶の意思表示がなされたのは、契約締結時から約2年6カ月を経過した時点であるが、その間の状況を確認すれば、実際には取消権行使ができなかった状況にあることも十分考えられる。その意味では、契約時点から6カ月を経過したことのみを理由として請求を否定するのではなく、より詳細な事実認定を求めて破棄差戻しとする方法をとることも可能であったように思われる。

いずれにしろ、いうまでもないことではあるが、消滅時効期間の問題は、本稿で検討対象とする消費者契約法5条の解釈に直接関わるものではないことだけは確認しておきたい。なお、将来的には、消費者被害救済の実効性を高めるため、7条の期間を伸長する必要があることはこれまたいうまでもないことも付言しておく。

³² 消費者契約法7条をめぐる学説・裁判例の状況については、宮下修一「消費者契約法4条の新たな展開（3・完） — 『誤認類型』・『困惑類型』をめぐる議論と裁判例の動向」国民生活研究50巻4号（2010年）61～63頁も参照。

四 消費者契約法4条と5条の関係——「重要事項」の意味

1 4条と5条における「重要事項」の範囲をめぐる問題

すでに二1 (1) で述べたように、消費者契約法5条は、「第三者」が4条1項から3項までに規定する行為をすることを要件としている。この4条の規定のうち、5条が適用される場面で問題となる可能性が高い不実告知(4条1項1号) および故意による不利益事実の不告知(4条2項)は、その適用の前提として、それらの行為が「重要事項」(4条4項1号・2号)に関するものであることを要求している。

ところが、5条1項は、媒介をした第三者の行為に4条を「準用」するというスタイルをとるため、売買契約等に関する「重要事項」と並んで、信販会社との間のクレジット契約に関する「重要事項」について消費者が主張・立証しなければならないのか——すなわち、4条1項1号ないし2項が直接適用される売買契約等における「重要事項」と、それを「準用」するクレジット契約の「重要事項」の内容が異なるのか——という問題が生ずることになる。

2 売買契約・役務提供契約とクレジット契約における「重要事項」の異同

(1) 『逐条解説』の見解

『逐条解説』では、4条4項および5条の記述のいずれにおいても、特にこの点に関する言及はない。

(2) 学説の動向

日本弁護士連合会のコンメンタールは、4条4項の「重要事項」の解説に関連して、「クレジット契約と加盟店・消費者間の契約の密接関連性からすれば、加盟店と消費者の間の契約の役務内容や商品内容はクレジット契約の『重要事項』にあたるというべきである」とする³³。

また、池本弁護士は、割賦販売法2条3項・4項によれば、クレジット契約の内容は、特定の販売業者等による商品等の販売代金にあてることを「契約内容」または「取引条件」とする契約とされているとして、立替金の使途である販売契約等の内容や効力は、単なる動機ではなく、クレジット契約の本来的な構成要素にあたる、すなわち「重要事項」に該当すると述べる³⁴。

(3) 裁判例の動向とその検討

三2(3)であげた裁判例のうち、5条の適用が否定されたものについては、三3(3)で検討した「媒介」の有無のみが問題となっており、「重要事項」については、問題となっていない。

また、肯定例をみても、上記の日本弁護士連合会のコンメンタールの立場と同様に、売買契約における「重要事項」の判断とクレジット契約における「重要事項」の判断を区別せずに同一の次元で行っている。すでに三4(5)で検討したように、販売契約とクレジット契約が実質的な面にとどまらず、契約法理の面からみても一体的なものと評価可能であることからすれば、このような裁判例の態度を首肯すべきである。

なお、この点については、5条ではなく、4条2項を直接適用した事例ではあるが、その適用対象となる「不利益事実」につき、分割払いという事項そのものは不利益事実ではないとする一方で、分割払いの用途(原

³³ 日本弁護士連合会編・前掲注1) 91頁。

³⁴ 池本・前掲注18) 15～19頁、後藤=池本・前掲注18) 319～321頁(池本執筆部分)。

因)である工事自体に有効性がないことは不利益事実であるとした裁判例の存在を指摘しておくことにしたい³⁵。

また、裁判例[6]では、架空クレジット契約を締結すれば従前に締結したクレジット契約を解約できるという販売業者の告知した事項自体がクレジット契約自体の「重要事項」とされている。ここでは、販売の実態を伴わない架空クレジット契約という特殊性を考慮する必要があるだろう。

五 消費者契約法5条と割賦販売法上のクレジット契約の取消権との関係

1 割賦販売法におけるクレジット契約取消権の導入

すでに、一および三4(4)(ア)でもふれたところであるが、2008年の特定商取引法・割賦販売法改正に伴い、特定商取引法上の不実告知・故意による不告知による販売契約の取消しが問題となる場面では、クレジット契約(個別信用購入あっせん契約)も取消しの対象とされることになった(割賦販売法35条の3の13~16)。これは直接には、クレジット契約等を利用した販売契約等に取消し・無効事由が存在する場合に、従来は抗弁の対抗という形で未払金の支払拒絶は認められていたものの、既払金の返還に関する規定がなかったことから、クレジット会社と消費者との間で紛争が多発していたことに対応するために設けられた規定である³⁶。具体的には、クレジット契約を利用して、特定商取引法の規制対象となる取引のうち通信販売を除く5つの取引(訪問販売・電話勧誘販売・

³⁵ 小林簡判平成18年3月22日・前掲注29)引用判例。なお、この点については、宮下修一「消費者契約法4条の新たな展開(2)——『誤認類型』・『困惑類型』をめぐる議論と裁判例の動向」国民生活研究50巻3号(2010年)31頁も参照。

³⁶ 2008年割賦販売法改正前の状況と、改正後に設けられたクレジット契約に関する契約取消権の規定の趣旨については、後藤=池本・前掲注18)309~324頁(池本執筆部分)。とりわけ、同書314~317頁は、この契約取消権が消費者契約法5条の考え方を参考に立法されたことを指摘する。

連鎖販売取引・特定継続的役務提供・業務提供誘引販売契約)による販売契約に関わるクレジット契約において、その契約締結の判断に影響を及ぼす重要なもの、または、割賦支払総額・毎月の支払金額・支払回数・支払期間・支払方法の不実告知・不告知があった場合には、当該クレジット契約も取り消されることになる³⁷。

2 5条の役割——割賦販売法上の取消権との関係

消費者契約法と特定商取引法で同様の規定がある場合には、特別法である特定商取引法の規定が優先的に適用される(消費者契約法11条2項参照)。すなわち、両者に規定が設けられている不実告知および故意による事実の不告知については、特定商取引法上の規定が優先適用されることになり、特定商取引法の適用対象となる取引に伴い締結されたクレジット契約についても、1で紹介した取消権を行使してそれを解消することになる。その分、消費者契約法5条が果たすべき役割は、2008年の特定商取引法・割賦販売法改正以前にくらべると、やや小さくなっているといえることができる。

もっとも、特定商取引法の適用対象となる取引は消費者契約全体の約半数であって、消費者契約において不実告知・故意による事実の不告知があった場合のすべてをカバーするわけではない³⁸。また、断定的判断の提供(消費者契約法4条1項2号)、事業者の不退去(同法4条3項1号)、事業者による消費者の退去妨害(同法4条3項1号)が問題となる場面で

³⁷ 具体的な取消しの要件および効果については、後藤=池本・前掲注18)324～342頁(池本執筆部分)。

³⁸ 国民生活センターのPIO-NET(全国消費生活ネットワーク・システム)に2010年度中に寄せられた消費生活相談情報の件数は88万7,972件にのぼる。このうち、「店舗外販売」(=訪問販売+通信販売+マルチ取引+電話勧誘販売+ネガティブ・オプション+その他無店舗販売)の件数は42万6,659件(48.0%)である(国民生活センター編『消費生活年報2011』[国民生活センター、2011年]18頁および36頁)。

は、そもそも特定商取引法上に取消権の規定が用意されていないことから、依然として、消費者契約法5条が十分な役割を果たすことが期待されている。

このような状況に鑑みれば、クレジット契約において消費者契約法5条を活用していこうとする試みは、2008年の特定商取引法・割賦販売法改正後もその意義を失っておらず、それらの法律で新設されたクレジット契約の取消権とのバランスをとる意味をふまえると、むしろますます重要になってきていると評価することができるであろう。

3 割賦販売法上の取消権の法的性質

2で検討したように、割賦販売法上のクレジット契約の取消権の適用範囲は、消費者契約法5条の適用範囲と重なっている。もっとも、特定商取引法上の不実告知・故意による事実の不告知を理由とする取消権は、消費者契約法上のそれよりも要件が緩和されていることから、適用範囲が広く、使い勝手のよいものとなっている³⁹。その意味では、特定商取引法および割賦販売法上の取消権の規定は、消費者契約法4条・5条でクレジット契約を取り消すことができない場合もカバーするものであるといえる。

そこで、両者の法的な性質、すなわち、割賦販売法上の取消権の規定は、①消費者契約法5条がクレジット契約にも適用されることを確認的に規定したものか、それとも②同条が直接適用されないところを創設的に規定したものか、が問題となる。いわば、三4で検討した2008年改正前割賦販売法30条の4をめぐる状況と同様の検討を行う必要がある。

³⁹ この点については、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として」法時79巻1号(2007年)92～93頁、同「消費者契約法4条における契約取消権の意義——その現状と課題」静岡大学法政研究11巻1=2=3=4合併号(2007年)96～99頁、同・前掲注32)67～69頁。

この点につき、クレジット契約では信販会社が加盟店を通じてクレジット契約を獲得する営業活動を行っている、すなわち実際の契約の締結行為は加盟店により行われていることから、そもそも加盟店は「媒介者」すなわち消費者契約法5条にいう「第三者（受託者等）」に該当し、割賦販売法上の取消権の規定はそれを確認的に規定したものにすぎないという見解がある。この見解は、2008年の特定商取引法・割賦販売法改正をめぐる議論において、消費者契約法4条3項1号・2号が適用される場面では、同法5条によりクレジット契約を取り消すことができると説明されていたことも、その論拠としている⁴⁰。

すでに、三4 (5) で検討したように、売買契約等とクレジット契約は、実態として、契約締結に際してその基本的な部分を加盟店である販売業者等が行うというばかりではなく、そもそも民法の一般理論の面からしても一体的なものと考えられる。そのことを考慮すれば、割賦販売法上の取消権の規定は消費者契約法5条の確認規定であるとする上記の見解が支持されるべきである。

また、消費者契約法4条では取り消すことができないものの特定商取引法上の規定により取り消すことができる場合において行使される割賦販売法上の取消権についても、その部分は2008年の特定商取引法・割賦販売法改正により創設されたと解するべきではない。2008年をさかのぼること4年前、特定商取引法上の契約取消権が新設された2004年の同法改正は、同法固有の事情ではなく、あくまで急増する消費者トラブルに対応するために、それらのトラブルが生じている取引の相当部分をカバーしていることをふまえて行われたものである⁴¹。2008年の特定商取引法・割賦販売法改正も、消費者契約をめぐる被害の増加、さらにその契約に

⁴⁰ 池本・前掲注18) 6頁、後藤=池本・前掲注18) 317～319頁（池本執筆部分）。

⁴¹ 消費者庁取引・物価対策課=経済産業省商務情報政策局消費経済対策課編『平成21年版 特定商取引に関する法律の解説』（商事法務、2010年）91頁。

伴い締結されるクレジット契約が悪質な消費者被害を助長するような役割を果たしているという状況を念頭において行われたものである⁴²。これらの点を考慮すれば、本段冒頭に述べた場合は、むしろ、消費者契約法5条が本来規律すべき場面の一部を、割賦販売法上の取消権の規定がいわば「肩代わり」して規律しているということもできる。したがって、この場合であっても、割賦販売法上の取消権の規定は、消費者契約法5条の確認規定であるという見解を維持することは可能であろう。

六 民法・消費者契約法改正をめぐる議論と消費者契約法5条の取扱い

1 緒論

現在、民法改正へ向けた議論が進んでいるが、そこでは、民法の中に消費者契約法の規定を取り込もうとする提案もなされている。また、その一方で、民法とは別に、消費者契約法や特定商取引法・割賦販売法の規定を統合して、統一的な消費者取引法を制定しようとする提案も存在する。

そこで以下では、消費者契約法5条の取扱いに絞って、立法動向を簡単に振り返ってみることにしたい。

2 民法改正へ向けた動きと5条の取扱い

(1) 民法（債権法）改正検討委員会案

民法の債権法と総則のうち意思表示に関連する部分の改正をめざす民法（債権法）改正検討委員会（委員長：鎌田薫・早稲田大学教授）が示した「債権法改正の基本方針」によれば、消費者契約法4条1項1号の不実告知

⁴² 消費者庁＝経済産業省編・前掲注41）29～32頁、後藤＝池本・前掲注18）25～34頁（池本執筆部分）。

と同条2項の故意による不利益事実の不告知は、民法上の意思表示の中に新設される「不実表示」による取消しを定めた一般規定である【1.5.15】に吸収されることになる。その【1.5.15】の2項は、表意者の意思表示の判断に通常影響を及ぼすべき事項につき第三者が事実と異なることを表示した場合には、①第三者が相手方の代理人その他その行為につき相手方が責任を負うべき者であるとき、または②相手方が第三者の表示につき悪意・有過失のときに、表意者が契約を取り消すことができるとしている⁴³。

上記のうち、②は第三者による詐欺と同様の規定を不実表示の場合に設けようとする提案である。また、①は、消費者契約法が事業者による第三者への媒介の委託を要件としているのに対して、さらにそれを一般化したものである。この①は、三3および4で検討した消費者契約法5条にいう、「媒介」という要件を排除している。もっとも、表意者（消費者契約の場合は消費者）の相手方となる者（消費者契約の場合は事業者）が責任を負う範囲を、第三者のうち、「その行為につき相手方が責任を負うべき者」が不実表示をした場合に限定している。ただ、そこであげられている具体例によれば、相手方が一般の個人である場合にはここでいう「相手方が責任を負うべき者」にあたらないと考える余地もあるが、相手方が事業者である場合にはそれにあたとされている⁴⁴。

また、消費者契約法4条1項2号の断定的判断の提供、4条3項1号の事業者の不除去、同項2号の事業者による消費者への退去妨害については、それぞれ【1.5.18】・【1.5.19】として、民法上に消費者契約の特則として規定することが提案されている。これらの提案は、いずれも第三者が上記の各行為を行った場合には、不実表示の場合と同様の規定を設けて、契約取消しを認めている（【1.5.18】2項・3項、【1.5.19】2項【【1.5.18】2

⁴³ 民法（債権法）改正検討委員会編『詳解 債権法改正の基本方針Ⅰ 序論・総則』（商事法務、2009年）124～125頁。

⁴⁴ 民法（債権法）改正検討委員会編・前掲注43）127～128・134～136頁。

項・3項を準用))⁴⁵。

(2) 民法改正研究会案

担保法を除く民法の財産法全体の改正をめざす民法改正研究会（代表：加藤雅信・上智大学教授）の「民法改正 国民・法曹・学界有志案」によれば、「不実表示」については、1で紹介した「債権法改正の基本方針」と同様に、民法上に一般規定を設けることを予定している（56条1項）⁴⁶。ただし、煩瑣な改正を避ける等の理由から、消費者契約についてはレファレンス規定を置くにとどめるという方針を採用しているため⁴⁷、消費者契約法5条の規定も同法にその取扱いが委ねられており、個別には言及されていない。

(3) 法制審議会・中間的な論点整理

2009年11月に設置された法制審議会民法（債権関係）部会（部会長：鎌田薫・早稲田大学教授）は、1年半にわたり検討を重ねて、2011年4月に「民法（債権関係）の改正に関する中間的な論点整理」（中間的な論点整理）を公表した。それによれば、意思表示に関する規定を、詐欺・強迫のみならず、不実表示がある場合にも拡充することが提案されているが（第30 意思表示・5 意思表示に関する規定の拡充）、第三者が不実表示を行った場合等については特に言及されていない⁴⁸。また、断定的判断の提供や事業者の不退去・事業者による消費者の退去妨害の規定を消費者契約の特則として民法の中に設けるか否かという点については、そ

⁴⁵ 民法（債権法）改正検討委員会編・前掲注43）149～160頁。

⁴⁶ 民法改正研究会編『民法改正 国民・法曹・学界有志案』（法律時報増刊）（日本評論社、2009年）125頁。

⁴⁷ 民法改正研究会編・前掲注46）66頁。民法改正研究会の立場の詳細は、民法改正研究会『民法改正と世界の民法典』（信山社出版、2009年）23～25頁（加藤雅信執筆部分）。

⁴⁸ 商事法務編『民法（債権関係）の改正に関する中間的な論点整理の補足説明』（商事法務、2011年）247～250頁。

れ自体が特に言及されていない。

もつとも、法制審議会における議論で用いられた部会資料12-2によれば、少なくとも消費者契約法上の不実告知・故意による不利益事実の不告知を、民法上の一般規定として取り込むか否かを検討する過程で、関連論点として第三者による不実表示の規定を設けるべきか否かが提示されるとともに、参照条文として消費者契約法5条があげられている⁴⁹。

なお、この法制審議会の部会資料12-2に対しては、大阪弁護士会から、第三者による不実表示については、①第三者が法人の従業員等相手方が責任を負うべき者である場合、または②第三者による不実告知の事実につき相手方が悪意・有過失の場合も取消し対象とするべきであるとする、

(1) で紹介した「債権法改正の基本方針」と同様の内容の意見が公表されている⁵⁰。

3 消費者取引法制定へ向けた動きと5条の取扱い

2で紹介した民法改正へ向けた動きに対して、近畿弁護士会連合会消費者保護委員会は、統一消費者法典の制定をめざして「消費者取引法試案」を公表している。それによれば、取消権に関する規定として、[1-3-2-6]（媒介の委託を受けた第三者及び代理人）に、現行の消費者契約法5条の規定を踏襲する形で（ただし、民法96条1項の詐欺の場合にも同様の効果が生じることを明示したうえで）規定を設けている⁵¹。

ここでは、本稿で検討した「媒介」をめぐる議論そのものは、特に条

⁴⁹ 民事法研究会編集部編『民法（債権関係）の改正に関する検討事項』（民事法研究会、2011年）339～346頁。

⁵⁰ 大阪弁護士会編『民法（債権法）改正の論点と実務（上） 法制審の検討事項に対する意見書』（商事法務、2011年）760頁。

⁵¹ 近畿弁護士会連合会消費者保護委員会編『消費者取引法試案 — 統一消費者法典の実現をめざして（消費者法ニュース別冊）』（消費者法ニュース発行会議、2010年）52～54頁。

文化に際して反映されていない。

4 5条の取扱いをめぐる方向性

2で検討したように、消費者契約法5条をめぐる民法改正の議論では、独立した条文ではなく、不実表示や断定的判断の提供の規定に融合させるとともに、「媒介」という要件を排除したうえで、少なくとも事業者—消費者間の契約で多段階にわたる関係が生じた場合における取消権行使の範囲を拡大することが提案されている。

筆者自身も、「媒介」という要件がもつ限界性をふまえれば、その要件を排除するということには賛成である。また、「債権法改正の基本方針」の提案する「その行為につき相手方が責任を負うべき者」という表現についても、その解説にあるように、相手方が事業者である場合には基本的には取消権の行使が可能となるという立場をとるのであれば、その見解を採用することに特に異論はない。

しかしながら、そのような規定を消費者契約法を改正するという形で設けるのではなく、民法の中に取り込もうとする考え方には賛成できない。

筆者としては、これらの規定を一般法としての民法に組み込むことにより、逆に制約——要件の厳格化・効果の縮小など——が生じるのではないかと危惧している。実際に、不実表示の規定を一般的な形で規定することについては、実務界から、直接には「債権法改正の基本方針」に対するものではあるが、表意者保護と表意者の相手方ないし取引の安全の保護とのバランス、契約実務の取扱いとの相違点、消費者の相手方になる場合の消費者保護などについて十分な検討がなされていないということを理由にして、否定的な意見も強く出されている⁵²。

⁵² 金融法委員会「不実表示にかかる債権法改正に関する論点整理」NBL940号 (2010年) 18～25頁。

もし民法に組み込むことによりそのような事態が生じるのであれば、むしろ現行の消費者契約法を改正し、取消権に関する規定を拡充するという方法——将来的には、統一的な消費者法典を制定して統合することも視野に入れて——をとることが、現状では最善の策であるといえるであろう⁵³。

なお、最後に、今後の民法と消費者契約法の改正の方向性について一言しておくこととしたい。両者の関係につき、消費者法独自の発展を図るのか、あるいは民法への統合を図るのか、「いずれの道を選ぶかは、日本の法体系の全体像をどのように構想するかという根本問題にかかわる」ものである⁵⁴。「ある規律をどの法典に収めるべきかという問題は、単なる法制上の整理の問題であるという見方」⁵⁵では論じきれない問題であることを肝に銘じておくべきであろう。

【付記】

本稿は、2010年11月に急逝された津谷裕貴先生の追悼論文集『消費者保護と法』（民事法研究会、2011年）に寄稿するために、執筆されたものである。ところが、筆者の作業の遅れから、原稿を提出した時点ですでに出版準備が進んでいたため、掲載することが叶わなかった。本来であれば、このような形で公表すべきではないが、追悼論文集編集委員の諸先生方、また、民事法研究会編集部のみなさまより、別の媒体で掲載してはどうかという温かいお言葉をいただいたこともあり、その後に出された裁判例の紹介を含む修正を加えたうえで、今回、本誌に寄稿する

⁵³ この点については、宮下・前掲注32) 75～76頁も参照。

⁵⁴ 山本敬三「契約規制の法理と民法の現代化（2・完）」民商法雑誌141巻2号（2009年）45頁。

⁵⁵ 法制審議会民法（債権関係）部会第10回会議議事録45頁。なお、同議事録については、法務省ホームページで閲覧可能である（アドレス：<http://www.moj.go.jp/content/000050017.pdf>）。

ことにしたものである。追悼論文集編集委員の先生方および民事法研究会編集部のみなさまのご厚情に心から感謝申し上げるとともに、亡くなられた津谷先生ならびにご遺族のみなさまにこのような形で論文を献呈することについて心よりお詫び申し上げたい。同時に、津谷先生に、この場を借りて、衷心より追悼の意を表する次第である。

なお、本稿は、科学研究費補助金（課題番号：23530092）の研究成果の一部であることも付言しておきたい。

消費者契約法5条関連裁判例一覧表

裁判例番号	裁判所	判決年月日 (H=平成)	出典	5条適用の有無	契約内容
1	東京簡裁	H16.11.29	D1-Law.com(第一法規法情報総合データベース・判例体系)28100407 LLI判例検索(LLI統合型法律情報システム[「判例秘書」アカデミック版])05960069	○	学習教材(単なる書籍販売ではなく、通信添削指導・入試情報提供・フリーダイヤルによる学習・教育相談等の役務提供契約を包含)の訪問販売 ★立替払契約
2	札幌地裁	H17.3.17	消費者法ニュース64号209頁(要旨のみ掲載・本文確認済み)	○	ネックレスの展示販売 ★立替払契約
3	東京簡裁	H19.7.26	D1-Law.com28152648 LLI判例検索06260017 裁判所ホームページ	○	防湿剤置きマットの訪問販売 ★立替払契約
4	右京簡裁	H21.1.13	消費者法ニュース84号23頁(要旨のみ掲載・本文未見)	○	貸金の連帯保証
5	京都地裁	H21.5.21	消費者法ニュース84号23頁(要旨のみ掲載・本文未見)	×	貸金の連帯保証
6	大津地裁 長浜支部	H21.10.2	消費者法ニュース82号206頁	○	デット商法(スーツ・コートの購入/ただし、商品受領せず) →購入のつどクレジット契約締結 →販売店が、上記クレジット契約を解約するためと称して、別の信販会社と新たに架空のクレジット契約を締結
7	三島簡裁	H22.10.7	消費者法ニュース88号225頁(本文掲載)・397頁(要旨および解説掲載)	×	健康電気器具の売買契約(連鎖販売取引[マルチ商法]) ★立替払契約 ※両契約とも取消しを求める

消費者契約と媒介 — 消費者契約法5条の意義

準用対象条文	判 断 の 概 要
4条1項1号	<ul style="list-style-type: none"> • 未成年者（15歳）の息子に勧誘 →契約者：母親＝中国人（日本語がよく理解できず） • 最初に、割賦販売法30条の4適用の有無を判断 →合意解約：業者に帰責性があれば抗弁事由に該当 →業者は、母親がよく理解していないという実態を知りながら、金額等重要事項の説明をことさらにせず＝契約締結に際して信義則違反の特段の事情が存在し、帰責性あり →または特定商取引法上の特定継続的役務提供契約として中途解約も可能 →いずれにしろ、抗弁事由あり＝割賦販売法30条の4適用 • 次に、4条1項1号および5条適用についても判断 →クレジット契約：事業者たる原告が販売店に消費者契約の締結につき媒介をすることを委託したもの＝5条適用
4条3項2号	<ul style="list-style-type: none"> • 購入者＝81歳で度重なる貴金属購入で代金支払いが困難 • 立替払委託契約の委託：5条の「委託」＋従業員による勧誘：5条の受託者等の代理人による「媒介」 ＝5条適用
4条3項1号	<ul style="list-style-type: none"> • 販売店解散後に権利義務を承継した者＋信販会社に対して訴訟提起 • 売買契約と立替払契約は密接不可分＋販売会社従業員が立替払契約の同意の取り付け →「媒介」＝5条適用
4条1項1号 4条1項2号	<ul style="list-style-type: none"> • 貸金業者が借主に連帯保証人を探してくるよう依頼 →連帯保証契約締結の媒介を依頼 ＝5条適用
4条1項1号 4条1項2号	<ul style="list-style-type: none"> • 「媒介の委託を受けた第三者」＝事業者の共通の利益のために契約締結に尽力し、勧誘行為が事業者の行為と同視できるような関係 →借主＝貸金業者の事業活動拡大等のためではなく、あくまで自らの資金獲得という利益のために保証人となるよう依頼 →貸金業者と共通の利益を有しておらず、第三者にあたらぬ＝5条不適用
4条1項1号	<ul style="list-style-type: none"> • 販売店担当者が無断でクレジット契約作成 →超人口座（支払延滞者用の専用口座）に、当該延滞者ではない原告名で振込 • 被告信販会社の承認を得ていない代理店による販売 →承認を得た代理店たる「第三者から委託を受けた者」 ＝5条適用
4条1項1号	<ul style="list-style-type: none"> • 代金＝47万円余（立替金債務63万円余〔手数料含む〕） →29万円余既払い →既払いのみ販売会社・信販会社の双方に請求 • 5条の「媒介」＝販売会社の尽力によって信販会社が消費者と契約締結さえ済ませればよいという状況にしたこと（『逐条解説』の定義） →①媒介の委託なし＋②独自に商品購入の事実・契約内容の了解・立替払契約申込意思確認＋③②の際に動機の申し出がなく、不審な点なし →「媒介」なし＝5条不適用 • 控訴審（静岡地裁）第2回口頭弁論期日（平成23年2月15日）で和解成立＝信販会社：既払金全額返還／消費者：信販会社に1万円支払ったうえで商品返還