

商品表示と消費者保護 (上)

浜上 則雄
加賀山 茂

一 はじめに

- 二 市場における商品表示の役割
- (一) 自由競争の条件としての品質の情報
- (二) 商品の多様化による消費者情報の相対的不足
- (三) 商品表示に関する法的規制の必要性
- 三 不適切な表示による消費者被害
- (一) 消費者被害の態様
- (二) 「金銭損失」と不法行為責任
- (三) 不正競争防止法と「金銭損失」の損害賠償責任 (以上本号)
- 四 商品表示に関する事業者の法的責任 (以下次号)
- (一) 商品の安全性に関する表示義務
- (二) 消費者の「金銭損失」を防止するための表示義務
- 五 不適切な表示による消費者被害の私法的救済
- (一) 不適切な表示により適法かつ自由な意思決定が妨げられた場合の救済
- (二) 不適切な表示により消費者に損害が生じた場合の救済
- 六 おわりに

一 はじめに

消費者は商品やサービスの購入・消費に際して損害を被ることがしばしばある。例えば、消費者は、欠陥車や欠陥医薬品などによって財産や人身に有形的な損害(物理的損害)を受けたり、合成レモンが「新鮮なレモンの瓶詰」として売られることによって、合成レモンと分かっていたら支払わなかったはずの支出を強いられるという「金銭損失」(エコノミック・ロス)⁽¹⁾を受けたりする。

欠陥商品による消費者被害に関しては、生産物責任の問題として、今日では特別の法領域が形成されている。ところが、適切な表示がないために消費者が商品の品質・価格を誤認し、消費者に「金銭損失」が発生した場合の私法的救済については、多くの問題があるにもかかわらず、これまで十分な研究がなされてい

ない⁽²⁾。

事業者によってなされている商品表示は、現在のところ、企業イメージや商品のメリットのみを強調するものが多く、デメリット表示を含めた商品のありのままの品質表示という点では不十分な状態にある。そのため、消費者はしばしば商品に関する正確な情報が得られなまま商品を選択することを余儀なくされており、このことが不正な競争や消費者被害を誘発させる大きな原因となっている。したがって、消費者被害を防止するためにも、また、品質と価格による公正競争を促進するためにも、事業者に適切な商品表示の義務を課すことが不可欠である。

わが国においては、商品表示を規制することを主要な目的としている法律として、不当景品類及び不当表示防止法、不正競争防止法、家庭用品品質表示法、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に

関する法律があるし、その他に、食品衛生法、薬事法、宅地建物取引業法等も、それぞれの法目的に合わせて個別的に表示規制を行っている。しかし、不当景品類及び不当表示防止法や不正競争防止法は不当な表示を規制しているだけで、ある商品につき、積極的に、いかなる表示をどのようにすべきかについては規定していない。これに対して、家庭用品品質表示法や農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律は具体的な表示事項と態様を定めることによって右の方向をめざしてはいるが、規制対象が消費生活用品の全体に及んでおらず、消費生活用品の表示を規制しているその他の個別法(例えば薬事法)との調整も十分になされていない。このため、わが国の商品表示規制は、表示内容や表示方法につき各法律間で整合性を欠いており、表示を義務づけられている商品はかなり限定されているというのが現状である。

本稿は、現代の取引社会において、商品表示が事業者に対して法的に義務づけられねばならない理論的根拠、ならびに、義務づけられるべき表示の基準を経済的・法的観点から探究すると共に、適切な商品表示がなされないうために、消費者が商品選択の自由を奪われたり、消費者に物理的損害や「金銭損失」が生じた場合には、事業者は消費者に対していかなる法的責任を負わねばならないの

かという現行法上の解釈問題を論じている。

なお、本稿でいう商品表示は、商品に關して、事業者によって提供されるすべての情報を意味する。不当景品類及び不当表示防止法二条二項は「表示」とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の内容又は取引条件その他これらの取引に關する事項について行なう広告その他の表示であ」と規定し、表示を「顧客を誘引するための手段」に限定している。しかし、表示をこのように顧客の誘引、すなわち、申込みもしくは申込の誘引に限定すると、毒物及び劇物取締法四条、薬事法四四条において、危険を防止するために行政法上義務づけられている「毒」物とか「劇」薬等の表示がこれに含まれないことになり不都合な結果が生じる。したがって、本稿では、先に述べたように、表示を消費者情報として広く理解することにする。

(一) 「金銭損失」(economic loss, pecuniary loss; reine Vermögensschaden; präjudice commercial) という概念は、英米法と大陸法との比較から近時明確にされたもので、被害者の身体もしくは財物に有形的に侵害された場合の物理的損害に對立する概念である。「金銭損失」は、一言でいえば、ポケットに入らなかつた金銭およびポケットから出ていった金銭の損失(out-of-pocket loss)のことである。詳細については、浜上則雄「製造物責任に

おける証明問題(九)判タ三二八号(昭五〇)二四一―二七頁参照。

(2) わが国においても、情報提供者の私法的責任を論じた最近の論稿において、「金銭損失」の問題がようやく意識的に取り上げられ始めている。岡孝「情報提供の誤りについての第三者への責任」橋論叢七六卷四号(昭五二)六四頁以下、松本恒雄「英米法における情報提供者の責任(一)」法学論叢二〇巻三号(昭五二)五三頁以下、同(二)完)法学論叢二〇巻二号(昭五二)七三頁以下、岡孝「情報提供者の民事責任(一)」法学志林七六卷二号(昭五三)六、九頁以下、松本恒雄「ドイツ法における虚偽情報提供者責任論(三)完」民商七九卷四号(昭五四)五四九頁以下参照。

二 市場における商品表示の役割

(一) 自由競争の条件としての品質の情報

わが国の経済は、一方で、個々の企業(事業者)や家計(消費者)がそれぞれ独立に意思決定と行動を選択しつつ、シグナルとしての価格の機能を通じて、全体の調整が自動的に行われるという分権的な市場機構を基盤としている。しかし、他方で、政府が個々の経済主体の意思決定とは区別される巨視的視点からの意思決定によって経済運営を集権的に進めていくという計画化機構も市場機構と並んで大きな役割を果たしている。した

がって、わが国の経済は、「混合経済体制」をとっているといわれている(3)。

ここにおいては、所得の公正な分配や、市場になじまない公共財や公害についての市場の限界(市場の失敗)と政府の介入が正当に認識されているだけでなく、市場機構それ自身が自由競争段階と比べて大きな変容を受けている。すなわち、完全競争のモデルに近い競争的な価格決定の行われている領域(農業の一部や中小企業の一分野)は減少し、寡占的な協同関係の下で価格決定の行われている領域(鉄鋼やその他の重化学工業部門、電気製品や乗用車などの耐久消費財部門)が、政府の行政介入によって価格決定の行われている領域(電気・ガス・水道・鉄道などの公共料金)とともに拡大している(4)。このように、現代の資本主義経済(混合経済)における競争の基本的特徴は寡占競争に移行しており、競争の現実の姿は不完全競争となつていく(5)。

しかし、市場機構の変容にもかかわらず、限られた資源の下で、何をどれだけどのように生産するかという経済資源配分の問題に接近するとき、完全競争による市場機構にまさる手段をわれわれは現在のところ持ち合わせていない点からも(6)、経済システムの有効性の判断については完全競争市場モデルが常に参照されており、競争促進の規範体系として

の完全競争に基づく価格理論は、今日もなお、その意味を失っていないといわれている(7)。市場機構の純粋モデルである完全競争市場においては、自由で独立な経済主体の合理的な行動が、需要と供給による価格決定のメカニズムを通して無意識的に調整され、事業者は最大の利潤を、消費者は最大の効用を得ることのできる均衡状態(ペレート最適)に達し、資源の最適分配が実現されることが証明されているからである(8)。

ところで、市場機構がこのような理想的な均衡状態に達しうるためには、完全競争の要件として、次の四つの条件が充足されなければならないことが一般に指摘されている(9)。

(i) 商品の価格が同じである限り、買主はどの売主の商品を選択するかについては、無関心・無差別であること(無差別選好の要件)。

(ii) すべての経済主体は市場に關する経済的および技術的なデータについて完全な情報を得ており、商品の価格を知っているだけでなく、商品の品質に關しても完全な識別能力があること(完全情報の要件)。

(iii) 市場の大きさに比べて、売主や買主が非常に小さく(数が多く)、それぞれの経済主体はすべて市場価格に對して支配力(独占力)を行使しうる立場にならなければならないこと(純粹競争の要件)。

(iv) すべての経済資源の各種の用途間における移動が完全であり、市場への参入あるいは退出が自由であること〔完全市場の要件〕。

以上の要件のうち、(i)(ii)は個々の経済主体が合理的に行動しうるための要件であり、(iii)(iv)は、市場機構が価格の働きを通じて完全な調整作用をしうるための要件である(10)。

これまで、完全競争の要件といえば、通常(iii)の純粋競争・完全市場の要件と品質の同一性の仮定に基づく(i)の無差別選好の要件が強調されてきたようであるが、(ii)、(iv)の完全情報の要件も非常に重要である。なぜなら、これら四つの要件は相互に深く関連して機能しているばかりでなく、不完全競争が行われている現代においては、公正な競争を確保するために、価格と品質に関する完全な情報を消費者に提供することが益々重要となってきたからである。例えば、寡占企業が管理価格によって市場価格を操作しようとするときは、利潤を品質の情報とは無関係な説得的な宣伝・広告に回すことによって完全情報の要件の成就を妨げ、消費者の合理的選択を阻害する方策に出る傾向が強い(12)。このことを通じて価格の硬化化に成功すれば、市場への新規参入は困難となり、完全市場の要件は充足されないことになる。そして、寡占企業はさらに独占力を強めることがで

きるようになり、消費者は競争によって生み出される社会的利益を享受することが困難になってしまふ。したがって、完全情報の要件は、不完全競争の下においても、品質と価格による公正競争を実現するための不可欠の前提であることがわかる。逆からいえば、消費者に対して商品の品質に関する十分な情報が与えられないならば、品質を無視した価格だけの競争や、品質・価格とは無関係な企業イメージ等を強調する広告・宣伝によって行われている非価格競争は大幅に効果を減殺されることになり、むしろ、品質と価格に基づく競争が刺激され、品質志向型の企業家が市場へ参入することが容易となるであろう。

このように、消費者が商品について完全な情報の提供を受けているということ、自由放任をスローガンとする完全競争市場モデルにおいてさえも必要条件となつているのであり、寡占競争が行われている現代においては、完全情報の要件は一層必要性を増しているといえよう。本稿で問題とする商品表示は、この完全情報の要件にかかわる問題である。すなわち、商品表示は、経済学的には、市場を情報不足市場から情報十分市場(13)(透明市場)へと転換させる役割を持つものであり、それによって非価格競争の効果を減殺し、反対に、価格と品質による公正競争を促進する機能を持つものとして

位置づけることができよう。

(3) 例えば、中村達也「混合経済」、上野裕也・小林好宏編「価格と市場の経済学(昭五二)」所収一五八頁以下参照。
(4) 中村(注3)一六二頁以下参照。
なお、奥口孝三「不完全競争」、価格と市場の経済学(注3)所収一〇八頁以下、奥野信宏「公共料金」、価格と市場の経済学(注3)所収一八三頁参照。

(5) 柴田義人「供給と費用」、価格と市場の経済学(注3)所収九五頁参照。
(6) サムエルソン(都留重人訳)「経済学(第一〇版)」下二〇五四—二〇五五頁は、完全競争の効率面の最適性につき「計画者が計算尺をもってやってきても、自由放任的な解決とは違って誰も福祉を改善できるような解決案を見つけない」と述べてきない、ということの意味を」と述べている。さらに、同書一〇五九頁はこの点について、「いまかりにあなたが完全に計画化された経済制度のための青写真を作る仕事を与えられたとしよう。……あなたは言うかもしれない——これは複雑な数学の問題でしかない、ただ強力高速の電子計算機をいくつも使う必要があるだけだ、と。しかし……ここで数学的問題の未知数の数は百万の単位をもち、解を得るための計算行程の数は億の単位も数えきれないくらいであろう。現に知られているどのような計算機をもってしても、このような問題とは取り組みようがないのである。」と敷衍している。

(7) 小林好宏「市場機構と現代経済のしくみ」、価格と市場の経済学(注3)所収一九頁、柴田(注5)九五頁。
(8) 内田和男「価格機構と資源配分」、価格と市場の経済学(注3)所収九二頁以下参照。

(9) 小林(注7)九一〇頁、柴田(注5)五六—五七頁、飯尾要「市場情報と消費者選択」、価格と市場の経済学(注3)所収二〇頁など。詳しくは、G. E. Mansfield, Microeconomics (Theory and Applications) 234—35 (2d ed. 1975)。なお、多くの経済学者は、(i)の買主の無差別選好の要件を充足させるため、商品の品質は同質であるとの仮定を行つている。しかし、(ii)の完全情報の要件が満たされるならば、たとえ品質は異なつても、消費者は価格と品質とを衡量して合理的な判断を下しうるものであり、すべての品質が同質であるという非現実的な仮定までは必要でないと思われる。

(10) 小林(注7)七一—七二頁。
(11) サムエルソン(注6)上七四頁、下八〇—八〇一頁参照。内田(注8)九一—九二頁も、完全競争の要件として、(i)(ii)(iv)の三つの要件のみを挙げている。
(12) 飯尾(注9)二二五、二二七頁参照。
(13) 飯尾(注9)二二二—二二三頁参照。

(二) 商品の多様化による消費者情報の相対的不足

商品の価格と品質に関する情報が競争市場にとって必要であることは、すでに述べた通りであるが、このような情報を消費者が十分に入手することは、現在において、ますます困難になってきている。第一に、技術革新に基づく多様な製品の開発やモデル・チェンジなどにより、従来消費者が有していた商品知識が日毎

に陳腐化し、また氾濫する情報のうち、何が正確な情報であるかを識別することがむずかしくなっている(14)。

第二に、形態が類似で品質の異なる製品の大量の出現により、消費者は入手可能な代替物の存在を知ることが困難となっている。また、代替物の存在がわかっても、それらの代替品の品質の情報を正確に知ることは困難となっている(15)。すなわち、代替商品の多様化に伴って、消費者は品質を比較しうる表示や比較商品テストによる情報を必要としているが、そのような情報は相対的に少ない上に、商品を購入するに際して消費者が直ちにそのような情報を参照しうるシステムは出来上がっていない(16)。

第三に、大量宣伝・大量広告によって、商品の長所に関する情報は増加しているが、商品のありのままの品質や短所(デメリット)についての情報は相対的に減少している(17)。特に寡占市場においては、価格引下げ競争によって共倒れになるのを避けるために、価格の面では管理価格等の協調関係が成立しやすく、しばしば価格の下方硬直性および協調的上昇化傾向が見られるといわれている(18)。ここにおいては、価格競争は減退し、宣伝・広告により自社製品への需要を増大させ、その需要をできるかぎり非弾力的(価格が上がっても需要があまり減らないこと)にさせる非価格競争へと移行す

る(19)。もっとも、非価格競争が品質の競争となり、宣伝・広告が品質に関して十分な情報を消費者に与えるものとなれば大いに望ましいことなのであるが、現実には必ずしもそうではなく、むしろ逆であることが経済学者によっても指摘されている(20)。

このように、情報化社会といわれ、情報量が絶対的に増大しているにもかかわらず、消費者が商品を選択する上で必要な価格と品質に関する正確で役に立つ情報は相対的に減少し、消費者にとって現在の市場はますます情報不足市場(不透明市場)の特色を示してきているといえる。

(14) 国民生活審議会編・消費者情報適正化の指針—消費生活に関する情報の提供および知識の普及に関する答申—(昭四五)四頁。

(15) R. A. Lipstein, Promoting Product-Quality Information: A Proposed Limited Antitrust Exemption for Producers, 30 Stan. L. Rev. 563 (1978).

(16) 比較商品テストに関する法的問題については、浜上則雄「消費者保護のための商品欠陥の公表と表現の自由」、ジュリス ト六一四号(昭五)四五頁以下、長谷川拓男「相馬功・高橋正雄」商品テスト機関のテスト結果公表と営業妨害、北川善太郎「及川昭伍編、消費者保護法の基礎(昭五二)所収三〇六一—三〇八頁参照。

(17) 宮沢健一「情報化社会での情報の重要性と消費生活」、消費者保護法の基礎(注16)所収二九七頁参照。
(18) 中村(注3)一六四頁参照。

(19) 飯尾(注9)二二五頁参照。
(20) 飯尾(注9)二二七頁参照。

(三) 商品表示に関する法的規制の必要性

これまでの考察により、科学技術が高度に発達した現代において、消費者が商品を選択するためには、商品の価格や品質についての十分な情報が消費者に与えられる必要があることが明らかとなった。

もしも、消費者に商品に関する十分な情報が与えられないために消費者が低品質の商品を高品質のものとして誤認して不必要に高い価格を支払うならば、その低品質の商品の供給を増加させて資源の不適正な配分が生じる。そればかりでなく、低品質の商品に高品質の商品と同じ価格が支払われるならば、高品質の商品を適切な価格で販売している事業者ならびにその商品は市場から駆逐されることになる。競争秩序が破壊されるに至るのである。

これに反して、商品の価格や品質などについて適切な情報が与えられるならば、これまで品質について相対的に無知の状態に置かれていた消費者は、商品の品質と価格とを考慮して合理的な選択をすることが可能となるばかりでなく、品質による公正競争が促進されるであろうことは既に述べた通りである。

それにもかかわらず、消費者に与えられている商品の品質に関する情報は今なお極めて不十分である。市場経済や契約法の原理は、何故に、商品に関する情報の提供について十分な機能を果たしていないのであろうか。

この点について、リップスタインは次のように説明している。すなわち、商品自体は比較的完全な所有権体系によって守られており、その所有者のみが商品の利用価値を独占的に享受できるし、所有者はその商品を金銭を支払わずに利用しようとする者を最少限の費用で排除できる。これに対して、商品表示などの商品の価格や品質に関する情報については、その情報を誰かが利用しても通常その価値は損われることがないので、そのような情報を金を払わずに利用する者を効果的に排除することができないような所有権に相応する法制度は成り立ちえない。このように、商品を所有するには情報としての商品表示を所有できないということが、商品に関する情報について市場の失敗という結果が生じる大きな原因となっているのである、と述べている(21)。

換言すれば、本稿で問題としている消費者情報としての商品表示は、排除原理(対価を支払った人のみが効用を独占的に享受できるという原理)(22)が成り立たないという意味での「公共財」としての性質を持っているといえよう。

商品に関する消費者情報としての商品表示が経済学的な意味における公共財としての性質を持つ以上、それを維持し、広く消費者に提供していくためには、何らかの形で政府の介入または法による規制が必要となる(23)。なぜなら、リップスタインのいうように、金銭を支払わずに情報を利用する者を低い価格で排除するための手段がないため、市場機構に任せていたのでは、どの消費者も情報に対してその真の社会的価値にみあうほどには金銭を支払おうとはせず、情報の最適供給は実現できないからである(24)。

したがって、消費者情報としての商品表示の必要かつ十分な提供を実現するためには、政府、並びに、立法者は、商品表示の様々な効用と表示に要する費用とを考慮して、適切な表示の内容、方法、表示義務者などを商品の類型ごとに決定しなければならぬ。そればかりでなく、商品表示が真実に合致していることを担保するために、様々な監視体制を強化し(25)、不適切な表示に対する制裁を用意することによって、表示の実効性を確保しなければならぬ。

自由経済思想の強い影響を受けて成立した近代契約法は、商品に関する情報について売主に法的義務を課していない。しかし、このような近代私法原理が必ずしも絶対的なものでないことは、ローマ法を見ても明らかである。ローマにおい

ては、市場秩序の維持を担当していた按察官 (*aedilis curulis*) がその管轄に属する契約、すなわち、奴隷と家畜の売買契約について情報機構を組織する権限を有していた。按察官は、売主は売買目的物を熟知すべきであると考えて、商人に対して物の瑕疵の状態を公表すべきことを義務づけた。もしも、商人がこの義務に違反するならば、買主は契約の解除もしくは価格の減額を請求することができた。したがって、売主は行政権によって、買主に正確な情報を与えることが義務づけられていたことになる(26)。また、ローマ法においては、善意の(過失による)詐欺 (*dolus bonus*) も契約の無効原因とされていたため、買主は情報の欠如に対して厚く保護されていた。これに対して、契約当事者の自由と平等という原理に立脚する近代私法は、錯誤や詐欺の概念を非常に狭く解し、契約の無効原因とされてきた善意の詐欺を故意の詐欺にとり代えてしまったのである(27)。しかし、ローマ法のような法制は、現代における情報不足市場にとって示唆に富むものであり、再評価に値するであろう。

政「小西唯雄編、競争促進と寡占体制(昭五二)所収二二二―二四頁参照。なお、混合経済ばかりでなく、自由経済体制においてさえ、公共財に当っては政府の介入や法による規制が正当化されることに關しては、サムエルソン(注6) 上八三―八四頁、二六三―二六五頁参照。

(24) Lipstein, *supra* note 15, at 568.

(25) この点については、消費者、特に消費者団体が果たす役割を正当に評価し、消費者団体による訴の道が開かれるべきである。例えば、訴訟資格を与えられたフランスの消費者団体は民事の訴 (*action civile*) を刑事裁判所もしくは民事裁判所に提起することによって、欺瞞的な表示や広告の抑制に大きな役割を果たしている。経済企画庁国民生活局消費者行政第一課・統消費者被害の救済(昭五二)一五六頁以下参照。

(26) Bouvan (B), *Le droit a l'information du consommateur, dans Loussouan (Y) et Lagarde (P) (sous la direction de) L'information en droit privé*, 1978, n.º 8, pp. 364-55. なお、原田慶吉・ロー法(昭三〇)一八六一―一八七頁参照。

(27) *Ibid.*

書を生じさせるばかりでなく、消費者に対しても次の三種類の被害を生じさせることになる(28)。

(1) 人身損害
商品の安全性についての表示が不適切な場合には消費者に人身損害(生命・身体・健康に関する損害)を引き起こす危険がある。例えば、医薬品の副作用についての明確な情報や過剰な長期投与に対する警告表示がない場合には、安心してその医薬品を利用した人の生命・身体・健康が危険にさらされることになる(29)。

(2) 財産的損害
商品の安全性についての表示が不適切な場合には消費者の財産に損害が生じる恐れがある。ガスのレンジの使用上の注意が不完全であったために火災が生じ店舗が焼失するといった例がこれに該当する(30)。

この損害は(1)の人身損害とともに物理的損害と呼ばれている。消費者にこれらの損害を引き起こす危険のある不適切な表示は、商品の安全性に關連しており、生産物責任における指示上の欠陥の問題として議論がなされている(31)。

(3) 「金銭損失」(エコノミック・ロス)

商品の価値や品質についての不適切な表示によって消費者が価格や品質を誤認し、不相応に高い価格を支払わされた

(21) Lipstein, *supra* note 15, at 567.

(22) 公共財の「排除不可能性」については、西村周三「市場機構の境界」、価格と市場の経済学(注3)所収一五一―一五五頁参照。

(23) 蟻山昌一「消費者主権と消費者行

(1) 消費者被害の態様
不適切な商品表示は、競争関係にある事業者の顧客や営業上の利益を不当に減少させることによって、その事業者に損

する(32)。この場合、商品自体は安全なもので、人身損害などの物理的損害を生じなかったとしても、消費者はその商品の価値についての期待を裏切られ、他の商品を選択する自由が奪われており、高い価格を支払った分だけ「金銭損失」を被っている。また、場合によっては、その他に信賴利益や逸失利益などの「金銭損失」も生じるかもしれない。中古車の走行距離が非常に短く誤記されていたために性能の劣る車を高い価格で買った場合などの事例(33)から明らかのように、不適切な表示からは、しばしば「金銭損失」が生じるのである。

(28) *Lipstein, supra note 15, at 563*—65.
 (29) 金沢地判昭和五三・三・一判時八七九号二六(五五、六二、六三)頁(北陸スモン訴訟第一審判決)参照。
 (30) 前橋地高崎支判昭和四七・五・二判時六八七号八八頁参照。
 (31) 指示上の欠陥については、浜上則雄「製造物責任の諸問題(2)——欠陥・現代損害賠償法講座4(医療事故・製造物責任)」(昭四九)三六三頁以下、同「製造物責任における証明問題(五)」判タ三一四号(昭四九)二〇頁以下参照。

(32) 大阪地判昭和五二・五・二三判時八六六号一五九頁(アレキサンドライト指輪事件)参照。
 (33) 西ドイツ通常連邦最高裁判所は、誤った走行距離の表示はドイツ民法四五九条二項の「性質の保証」に該当するとして、同法四六三条に基つき「金銭損失」の損害賠償を認めている(BGH NJW 1975, 1693

註)。これに対して、フランスの判例は、走行距離の誤記は一〇〇五年八月一日の法律における品質に関する欺瞞行為(*fraude*)に該当するとして、*Cass. crim. 27 mai 1974: Bull. crim. 1974, 540*、不法行為に基つき「金銭損失」の損害賠償を認めている。

【「金銭損失」と不法行為責任

従来のが国の判例や学説は、消費者被害に対する事業者の不法行為法上の損害賠償責任の問題に関して、物理的損害については十分に考慮してきたが、「金銭損失」については、事業者が詐欺を行った場合(34)と、「金銭損失」が物理的損害に伴って生じる場合(35)のほかは、ほとんど考慮しなかった。例えば、北川善太郎教授は「目的物の瑕疵或不具合・故障は、目的物の価値を減少せしめるので損害の発生は認められるが……メーカーによる消費者に対する不法行為になるかですす大きな壁に出会うであろう。ただし、本来の給付価値の不実現にとどまる段階は契約当事者間の契約責任で扱われるのであって、そこまでは不法行為責任の対象には原則としてならないと解されてきているからである」(36)と述べられている。

しかし、北川教授のような見解は、不法行為法によって保護される損害の種類を限定していない民法七〇九条の解釈としては、何ら根拠を持たないものとして

否定されるべきである。わが国の民法の立法者が、被害者に「金銭損失」のみが生じた場合にも、不法行為法上の保護を与える意図を持っていたことは立法資料によっても窺うことができる(37)。この点で、民法七〇九条は、「金銭損失」のみが生じた場合にも不法行為に基づく損害賠償を認めている(38)フランス民法典一三八二条、一三八三条に近いのである。

さらに、過失による不法行為の成立に關して物理的損害の発生が必要であると、「金銭損失」のみが発生した場合に不法行為法上の救済を原則として否定してきた英米法やドイツ法においても、以下に述べるように、不法行為に基づく損害賠償を認めようとする動きが最近になって見られるようになってきている。

イギリスにおいては、過失による不法行為(*Negligence*)に關して、「金銭損失」のみが生じた場合には、不法行為は成立しないとされる伝統的な一般原則が、一九六四年の *Hedley Byrne* 事件(39)において打ち破られた。そして、*Sharp* 事件(40)や *Dutton* 事件(41)を通じて「金銭損失」のみが生じた場合にも *Negligence* による損害賠償請求が認められたにしている。そのための要件として、過失の他に特別の関係(*special relationship*)が必要であるか、いかなる範囲にまで責任が及ぶのかについては判例は確定していないが、一九七七年貴族院に係属した

Anns 事件(42)において、これらの問題が解決されることが期待されている(43)。アメリカ合衆国においても、*Negligence* については「金銭損失」のみが生じた場合の損害賠償は認められないとするのが多くの判例の立場ではある(44)。

しかし、一九六八年、オレゴン州最高裁判所は、*Campbell* 事件(45)において、欠陥商品から生じる「金銭損失」も生産者の合理的な予見可能性の範囲に入り、この予見可能性から生じる損害を回避するための注意義務に違反した場合、純粹な「金銭損失」について賠償責任を肯定する見解を採用するに至った。また、アメリカ合衆国においては、*Negligence* の場合だけでなく、厳格不法行為責任の場合においてさえも「金銭損失」のみが生じたときにも損害賠償を認めた *Santor* 判決(46)がある。さらに、不法行為法第二リステイトメントにおいては、不実表示(*Misrepresentation*)(47)による「金銭損失」に關して厳格責任を規定する五五二D条が草案として提出されている(48)。

西ドイツにおいては、わが国の民法七〇九条に相当するドイツ民法八二三条一項が絶対権侵害を要件としているため、従来、「金銭損失」のみが生じた場合は、原則として不法行為上の保護を認めなかった(49)。しかし、最近の連邦通常最高裁判所の判例は、解釈の可能な限り「金銭損失」のみが生じた場合にも不法行為法

上の損害賠償を認める努力を続けている。例えば、売買の目的物そのものについての損害は、取引が正常に行われなかったという意味で取引損害であり、したがって「金銭損失」であるとして、契約法上の保護のみが与えられると従来考えられてきたが、売主が組立商品を販売したところ、その部品に欠陥があって組立商品が滅失した場合には、ドイツ民法八二三条一項にいう所有権侵害となり、売主は買主に対して瑕疵担保責任と競合してドイツ民法八二三条一項の不法行為責任を負うとしている(50)。また、売主が丸のこ(Kreisäge)を販売するに際して、売主の被用者が計測を誤り、買主の作業場にその丸のこが据え付けられないにもかかわらず据え付けると説明したため、買主に「金銭損失」が生じた事件において、連邦通常最高裁判所は、契約交渉段階における売主の説明義務は、売買契約から生じる権利義務とは無関係であり、免責約款によって排除されないとして、それが契約責任から生じるものではないことを明らかにしながらも、売主の説明義務違反に対する損害賠償の方法としての代金支払義務からの解放という買主の主張を「契約締結上の過失責任」の法理に基づいて認めている(51)。ラレンツは、右の事件のように、損害が「金銭損失」のみである場合には、ドイツ民法八二三条一項の不法行為に基づく救済は

認められず、したがって、ドイツ不法行為法には法の欠缺があることを率直に認めた上で、右の判例が買主に救済を与えたことに賛成している(52)。これに対して、メディクスは、右の事例においては瑕疵担保責任による救済が可能であり、連邦通常最高裁判所の見解は、ドイツ民法八二六条の良俗違反と八二三条二項の保護法規定反(刑法上の詐欺)の場合、すなわち、故意の詐欺(Vorsätzliche Täuschung)の場合にだけ「金銭損失」のみ(reine Vermögensschaden)が発生した被害者に損害賠償を認めているドイツ民法典の原則に矛盾しているものであると批判している(53)。後に述べるように、理論的にはメディクスの見解が正当であると考えられるが、いずれにしても、これらの事例から明らかのように、損害の種類を原則として物理的損害に限定している(54)ドイツ不法行為法の欠点

が浮き彫りにされている。ドイツと異なり、過失による不法行為について損害の種類を限定していないフランスにおいては、「金銭損失」のみが生じた場合にも不法行為に基づく損害賠償請求が認められている(55)。また、消費者保護に関しては、フランスの判例は、事業者の虚偽の表示等の欺瞞行為(Fraude)や商品の欺瞞的変造(Falsification)につき、以下のようにして悪意を推定している(56)。すなわち、判例は「各人は自分の職業に通じている義務がある」という法格言によって職業的売主に表示通りの品質があるかどうかを知るべき重い検査義務を課し、それに基づき、職業的売主の過失を重過失と同視し、さらにそれを故意と同視するという方法で悪意を推定している(57)。判例は、右のような職業的売主についての悪意の推定という方法を使って詐欺の成立を容易にし、消費者が生じた「金銭損失」の損害賠償請求を認める努力を続けている(58)。このようなフランスの判例の立場は、故意を要件とする民法上の詐欺につき、善意の(過失による)詐欺(dolus bonus)を認めているものであると解することもできると思われる(59)。

このように見ると、事業者の不適切な表示によって、消費者に「金銭損失」のみが生じた場合にも、消費者と事業者との間の直接の契約関係の存否にかかわらず消費者に損害賠償請求を認めようとする動きが、比較的にみられるといえるであろう。したがってわが民法は、事業者に対して、消費者が商品を選択するに際して、「金銭損失」を含めた損害を被ることがないように、適切な表示を注意深く行うべき不法行為上の義務を課していると解することは、このような比較法的な動きとも合致するといえるのである。

(34) 東京地判昭和四八・六・九判時七二六号六七(七〇)頁(プレハブ・モデル住宅展示会事件)参照。
 (35) 例えば、交通事故によってけがをし(人身損害)、動けなくなった場合、それに伴って生じる「金銭損失」(得られなくなった収入すなわち逸失利益)が不法行為に基づく賠償されることについては疑いがない。
 (36) 北川善太郎「保証条例における私法理論」NBL一四六号(昭五二)七頁。
 (37) 法典調査会・民法議事速記録第四〇巻(明二八)一四八—一四九頁参照。
 (38) (注5)参照。
 (39) Hedley Byrne & Co. Ltd. v. Heller & Partners Ltd. [1964] A.C. 465, 事実関係はつづいて派上「損害賠償法における『保証理論』と『部分的因果関係の理論』(一)民商六六巻四号(昭四七)五二九—五三〇頁、松本『英米法における情報提供者の責任(一)』(注2)五八—六二頁参照。
 (40) Ministry of Housing and Local Government v. Sharp [1970] 2 Q.B. 223.
 (41) Dutton v. Bognor Regis U.D.C. [1972] 1 Q.B. 373.
 (42) Anns v. Watercroft Property Co. Ltd. (unreported). Cf. I. N. Duncan Wallace, *From Babylon to Babel, or a New Path for Negligence* 93 L.Q.R. 16, 20—21 (1977).
 (43) *Ibid.*
 (44) W. L. Prosser, J. W. Wade & V. E. Schwartz, *Cases and Materials on Torts* 802 (6th ed. 1976).
 (45) State ex rel. Western Seed Production Corp. v. Campbell (1965)

250 Or. 262, 442 P. 2d 215. Cf. Franklin, *When Worlds Collide: Liability Theories and Disclaimers in Defective Product Cases*, 18 *Stan. L. Rev.* 974, 989 (1966).

(47) *Santor v. A&M. Karagheusian Inc.* (1965) 207 A. 2d 305, 307 A.2d Seely v. White Motor Co. (1965) 403 P. 2d 145. 447 (反対) *Johnson*.

(48) 松本「英米法における情報提供者の責任」(11)(注2)六二頁以下、同「情報提供者の民事責任」(11)(注2)一六頁以下参照。

(49) 「第五五二〇条(動産の売主による消費者的不実表示) 動産の販売を業とする者が、広告、セール、その他の方法で、販売された動産の性質や品質に関して実質的な事実につき消費者に対して不実表示をしたときは、たとえそれが欺瞞的になされたり、過失によつてなされたのではない場合でも、その不実表示を正当な信頼してその動産を購入した人に生じた金銭損失 (pecuniary loss) につき責任を負う」(Council Draft No. 17, p. 76). 詳細は *Johnson*, Cf. D. W. Noel & J. J. Phillips, *Producers Liability, Cases and Materials*, 349 (1976).

(50) 西ドイツ連邦通常最高裁判所は、木を切り倒した者の過失によつて木が送電線にひっかかり、送電がストップして工場の生産ができなくなり「金銭損失」が生じたとしても、工場主は不法行為に基づく損害賠償を請求すべきと *Johnson* (BGH Urt. v. 4. 2. 1964, BGHZ 41, 123, 126 I, 127 I (注一) 二五頁参照)。これと対 *Johnson* カナダにおいては、ガス会社がガス工事中に過失でホテルの送電ケーブルを切断してしまふという右と類似の事件において、オン

タリオの控訴裁判所は、ホテルの食堂でカナルペンが使えなくなったために生じた「金銭損失」につき、ホテルのガス会社に於ける損害賠償請求を認め *Johnson* (Saway Hotels Ltd. v. Gragg (Canada) Ltd. (1959) 21 D. L. R. (2d) 264, P. S. Aiyah, *Negligence and Economic loss*, 83 L. Q. R. 254 (1967) 2 依拠した)。

(51) BGH Urt. v. 24. 11. 1976 BB 1977 S. 162 ff.; BGH Urt. v. 5. 7. 1978 BB 1978 S. 1491 ff.

(52) BGH Urt. v. 31. 1. 1962, NJW 1962, 1196 ff.

(53) K. Larenz, *Bemerkungen zur Haftung für „culpa in contrahendo“ in Festschrift für Kurt Ballerstedt* (1975) S. 411. Vgl. D. Liebs, „Fahrlassige Täuschung“ und Formularvertrag, *AcP* 174 (1974) 26; N. Reich, *Schuldrechtliche Informationspflichten gegenüber Endverbrauchern* NJW (1978) 513, 518.

(54) *Medicus, Grenzen der Haftung für culpa in contrahendo*, *Jus* 1965, 209, 212.

(55) 浜上(注一)二四一―二五頁、松本「ドイツ法における虚偽情報提供者責任論」(11)(注二)五四九―一五〇頁参照。

(56) *Gruber-Magor (S.), L'Action du consommateur contre le fabricant d'un objet affecté par un vice caché*, 1979, p. 109.

(57) Cf. *Cass. crim.* 3 avril 1974, D. 1974, *summ.*, 91.

(58) *Baumant (D.), Droit de la consommation* (1976) p. 15―17, など。職業的売主の悪意の推定に関しては、浜上則雄「フランスにおける製造物責任の理論

(一) 民商六三卷六号(昭四六)八四八―八四九頁参照。
(59) *Ibid.*
(60) 前述二一五頁参照。

② 不正競争防止法と「金銭損失」の損害賠償責任

不正競争防止法一条一項は、事業者が原産地虚偽表示行為(三号)や、出所地誤認惹起行為(四号)ならびに、商品の品質・内容・製造方法・用途・数量について誤認を起させる表示をなし、また、これを表示した商品を販売・配布・輸出する行為(五号)を禁止している。そして、同法一条二は、故意または過失により、これらの行為をした事業者は、それによって営業上の利益を害せられた他の事業者に対して、損害を賠償する責任を負わねばならないことを規定している。

ところで、この場合の営業上の利益の損失に逸失利益、すなわち、不当表示によって顧客を奪われ、商品の売上げが減少したために生じた儲けそこないが含まれることについては争いが無い(60)。そして、この逸失利益が「金銭損失」に該当するとはいうまでもない。つまり、事業者は、品質などに関して消費者の誤認を惹起するような表示をしてはならず、そのような表示により、他の事業者

に「金銭損失」を含めた損害を生じさせないよう、注意深く行動することが不正競争防止法上義務づけられているのである。

そうだとすれば、事業者は、競争関係にある他の事業者だけでなく消費者に対しても「金銭損失」が生じないように、品質などに関して注意深く表示しなければならぬという同様の一般不法行為上の義務が事業者に負わされても不合理ではない。むしろ、品質などについて誤認を誘発する表示によって直接被害を受けるのは消費者であり、競争関係にある他の事業者が品質等の誤認惹起表示によって営業上の利益を害されているとき、この「金銭損失」が生じているのである。したがって、顧客としての消費者を奪われることによって間接的に「金銭損失」を被った事業者には不正競争防止法上の損害賠償請求権が認められているのに、事業者の過失によって直接に「金銭損失」を被った消費者には一般不法行為法上の損害賠償請求権が認められないと解することの方が不合理であるといわなければならない。ただし、「不正競争防止法が、権利侵害理論のもとに、不法行為の特殊類型として、損害賠償責任を生ずる不正競争類型を同法に規定したことは立法過程において明らかであり、民法は本法の補充法として適用される」(61)べきものだからである。

不正競争防止法一条一項は、事業者が原産地虚偽表示行為(三号)や、出所地誤認惹起行為(四号)ならびに、商品の品質・内容・製造方法・用途・数量について誤認を起させる表示をなし、また、これを表示した商品を販売・配布・輸出する行為(五号)を禁止している。そして、同法一条二は、故意または過失により、これらの行為をした事業者は、それによって営業上の利益を害せられた他の事業者に対して、損害を賠償する責任を負わねばならないことを規定している。

ところで、この場合の営業上の利益の損失に逸失利益、すなわち、不当表示によって顧客を奪われ、商品の売上げが減少したために生じた儲けそこないが含まれることについては争いが無い(60)。そして、この逸失利益が「金銭損失」に該当するとはいうまでもない。つまり、事業者は、品質などに関して消費者の誤認を惹起するような表示をしてはならず、そのような表示により、他の事業者

に「金銭損失」を含めた損害を生じさせないよう、注意深く行動することが不正競争防止法上義務づけられているのである。

先に述べたように、わが民法七〇九条はドイツ民法と異なり、過失による不法行為の保護法益を絶対権に限定していない。したがって、わが国の民法の解釈としては、フランス民法と同様、事業者が故意または過失によって商品の価格・数量・品質などに関して消費者の誤認を誘発するような不適切な商品表示を行い、それによって消費者に違法に(62)「金銭損失」を発生させたときは、消費者は、事業者との間の直接の契約関係の存否に關係なく、消費者の利益(一般財産権)(63)の違法な侵害を理由に、民法七〇九条に基づきその損害の賠償を請求できると解すべきであろう。換言すれば、事業者は、消費者が商品を購入するに際して、消費者の生命・身体・健康・財産に損害を与えないためだけでなく、品質に比べて不相当な価格を支払うことによる「金銭損失」を生じさせないよう、商品の価格・数量・品質などに関して適切な情報提供や商品表示を注意深く行うことが不法行為法上義務づけられていると解すべきである。したがって、デメリット表示がない場合に消費者が不当な支出を強いられることが予見できるときには、事業者はデメリット表示をすることを不法行為法上義務づけられることになる。

(60) 豊崎光衛「不正競争と損害賠償」
我妻遼正記念・損害賠償法の研究(中)

(昭三三)六一三、六一六―七一七頁、小野昌延・不正競争防止法概説(昭四九)一二二頁。

(61) 小野(注60)四〇頁。

(62) 違法性の判断は、いわゆる契約締結上の過失の場合における違法性の判断と同様に考えて、特別の厳格さを要求する必要はないであろう。この点については、岡(注47)五一―六頁参照。

(63) 浜上(注1)二四―三二頁参照。

(はまがみ・のりお)大阪大学教授、かがやま・しげる)大阪大学法学部研究科博士課程)

民法判例百選Ⅰ

〈総則・物権〉

別冊ジュリスト四六号
星野英一・平井宜雄編 B5判 二二〇頁 九〇〇円

民法判例百選Ⅱ

〈債権〉

別冊ジュリスト四七号
星野英一・平井宜雄編 B5判 二二八頁 八五〇円

■民法の現実の姿を示すために民法典の予想していない紛争についての判決や民法典を実質的に修正している判決をとりあげ、大審院以来の重要判例一〇〇を〈総則・物権〉〈債権〉からそれぞれ精選、各テーマに造詣のふかい執筆陣が、解説した、待望久しいユニークな百選。