

韓国の消費者契約法制の概観と改正提案*

金 上 中**
(高 鉄 雄 訳)

I. はじめに

現代社会において、大量生産と市場取引の発達およびそれに伴い登場した企業との取引関係において、経済的・情動的劣位におかれている消費者の保護が問題となってきた。韓国も1950-60年代に本格的な産業化過程を経て消費者保護が問題になり始めると、1980年に消費者保護法¹⁾を制定して施行した。その当時の消費者保護法は、経済発展と産業化過程に伴う消費者保護の問題を解決するため、「消費者の安全」、「表示の充実」、「取引の適正化」などを主な内容としつつ、その違反に対する行政的是正命令と罰則規定などの公法的規制手段を含んでいた。このような消費者保護法の制定以来、韓国は約款規制法²⁾、割賦取引法³⁾、訪問販売法⁴⁾、表示広告法⁵⁾、電子商取引法⁶⁾などが連続して制定・施行され、消費者法制に関する現在の基本的枠組みを備えるようになった⁷⁾。

韓国は、その後、2000年代半ばに入って消費者保護法を消費者基本法⁸⁾に全面改正した。従来の消費者保護中心の法政策から脱却し、消費者の主権を強化して、消費者の権益増進が健全かつ公正な市場秩序の確立という競争政策の一環として把握される一方、消費者被害を迅速かつ効率

* 本稿は、2022年2月22日にオンラインで実施された韓国消費者法学会・関西大学共同学術セミナー「日本と韓国における消費者契約の理論と実務」において報告された内容をもとにしている。

** 高麗大学校法学専門大学院教授

1) 法律第3257号、制定1980.1.4。

2) 法律第3922号、制定1986.12.31。本来の名称は「約款の規制に関する法律」である。

3) 法律第4480号、制定1991.12.31。本来の名称は「割賦取引に関する法律」である【訳者注：法律名・論文名における「取引」は韓国語では「去来」であるが、日本の読者の理解の促進のため、すべて「取引」と訳した。以下、同じ】。

4) 法律第4481号、制定1991.1.31。本来の名称は「訪問販売等に関する法律」である。

5) 法律第5814号、制定1999.2.5。本来の名称は「表示・広告の公正化に関する法律」である。

6) 法律第6687号、制定2002.3.30。本来の名称は「電子商取引等における消費者保護に関する法律」である。

7) 消費者と事業者との契約関係にかかわらず、事業者の違法行為によって損害を被ることになった場合には、不法行為責任などによる消費者救済が問題となり、これについては製造物責任法、個人情報保護法等の適用が問題となりうる。これを「消費者不法行為法」と表現することもあるが、本稿では、消費者契約法制に集中するため取り上げない。消費者不法行為法に関する紹介として、宋五植『消費者契約法』（全南大学出版文化院、2021）63頁。

8) 法律第7988号、全部改正2006.9.27。

的に救済するための制度の強化などがその主な背景と内容とされていた⁹⁾。ところで、このような消費者基本法の全面改正とともに、韓国でも2000年代後半からちょうど民法典（財産法）の現代化の議論が本格的に進められていたのを契機として、企業との取引で消費者の地位確保という問題が単に企業活動に対する国家的関与、つまり行政規制のレベルにとどまるのではなく、契約を含めた民事法的観点で扱われなければならないという認識が広く定着した¹⁰⁾。つまり、①消費者問題に対する消費者個人・団体の自主的解決の強調、②形式的・手続的な契約自由と緊張関係にある実質的・内容的契約公正に関する社会的要請、そして、③消費者保護の必要が合理的な自己決定と自己拘束の前提となる両当事者の対等性が欠けている状況、すなわち取引先の企業との関係で経済的・情動的劣位にある消費者の状況から由来しており、これを補完して私的自治を実現するためには民事法的な制度ないし規定の整備が必要だという声が高まっていた。このとき、ドイツやフランスなどのヨーロッパ各国で実施された近代民法の全面改革も一役買っていた¹¹⁾。

もちろん、最近では、消費者の地位を脱し、民事法的「弱者」保護の要請は——消費者であると言えないが——危険性が内在した取引活動の特性などによって金融「消費者」、電子取引とプラットフォーム利用者、小規模事業者などにも拡大されているという状況が確認される¹²⁾。このような拡大現象は実質的契約自由の保障と取引リスクの適切な分担という社会国家的要請等によって避

9) 以上の韓国消費者法制の変貌に関しては、李丙儒『現代市民社会と消費者契約法』（集文堂、2013）17頁以下；徐熙錫「消費者基本法30年と消費者法の構造転換——消費者法の第3の波のために」法曹第654号（2011）84頁。

10) 従来の消費者問題を含めた競争政策に対する国家レベルでの規制の観点を脱し、（損害賠償などを通じた）市場参加者である個人の役割を強調する観点は、最近では競争法の領域でも「私的執行」のレベルで強調されている。これに関しては、金上中「民事法による競争ルールの貫徹」財産法研究第34巻第4号（2018）3頁およびその脚注4に引用されている韓国文献を参照。

11) 特に、李丙儒「民法での消費者の地位と消費者特別法の民法典への統合」民事法学第39-1号（2007）を参照。その他に、李丙儒「一般私法体系内での消費者契約法の地位」江原法学第28号（2009）61頁；白慶一「消費者保護法の民法典内への編入問題に対する批判的考察」財産法研究第26巻第2号（2009）271頁；徐熙錫「消費者法の民法典編入への理論的根拠や方向性」財産法研究第27巻第2号（2010）259頁。もちろん、これらの文献の研究は民事法的観点による消費者保護の必要を指摘していたが、具体的立法方法、つまり消費者契約に関する民法への編入ないし規律の有無や程度などに関しては見解を異にしていた。当時の韓国文献の概観として、李丙儒「もう一度：消費者契約法の民法編入について」安岩法学第38巻（2012）168頁脚注6-10で引用した文献を参照。

12) 例えば、「金融消費者保護に関する法律」や「電子金融取引法」による金融消費者、電子金融取引の利用者に対する保護についてそのように言うことができる。特にオンライン広告契約で小規模事業者の保護の必要に関して、李丙儒「事業者と小規模事業者との間で締結されたオンライン広告契約に対する訪問販売法の適用可能性」先進商事法律研究第77号（2017）278頁。以上の消費者の概念の拡張問題については、徐熙錫『消費者契約の法理』（釜山大学出版部、2018）63頁以下。プラットフォーム利用者の契約法的保護に関しては、金上中「オンラインプラットフォーム利用の契約法的理解と電子商取引法全部改正案検討」消費者法研究第7巻第3号（2021）9頁；鄭晨暉「個人間取引を仲介するオンラインプラットフォームの運営者の義務と責任」消費者法研究第7巻第4号（2021）193頁；黃元載「オンラインプラットフォームの契約上責任に関する小考」消費者問題研究第52巻第3号（2021）23頁。

けられないし、望ましいということもできるが、本学術セミナーの趣旨に従い、この報告では近代市民社会以来、産業化・都市化によって、労働者・賃借人とともに典型的な保護の必要性が認められる消費者の取引関係についての韓国の契約法制を概観することにする。韓国の消費者契約の法制に対する簡単な紹介（目次Ⅱ.）とともに、何よりも消費者契約に関する韓国民法の規定の新設と消費者契約法の制定の必要性を力説してみたい（目次Ⅲ.）。

Ⅱ. 韓国消費者契約法制の概観

1. 消費者契約法制の体系

韓国は、日本¹³⁾と異なり、事業者と消費者の取引関係に対してのみ適用される一般的・統一的な消費者契約法を有していない。割賦取引等の特殊販売形態による個別の消費者法規を有しているだけであり、抽象的かつ対等な当事者を前提とする民法典の契約法規定が、B2C・B2B等の人的適用範囲にかかわらず消費者契約にも適用されることを予定している。したがって、現行の民法典は「消費者」という概念自体を有しておらず、消費者基本法で「消費生活のために事業者の物品等を使用する者」と消費者の概念を定義しているだけである¹⁴⁾。このような規律体系により、消費者保護のための主な民事法的制度である消費者の契約撤回権、情報提供義務などに関しても、（個別販売形態を問わない）一般条項を置かず、割賦取引、訪問販売、電子商取引等の特殊販売形態による個別法律で規定しているだけである（下記Ⅱ.2.以下参照）。一方、韓国の消費者契約法制を理解するにあたっては、消費者の取引関係を規律する法律レベルの規定の他に、公正取引委員会などの行政機関による各種消費者保護指針¹⁵⁾、そして事業者の自律的規制とソフトローの機能を果たすため、約款規制法第19条の3に基づいて作成・利用される標準約款も、取引実務では消費者の保護を図る上で重要な役割を果たしている¹⁶⁾。そして、韓国消費者院が1985年に制定した「消費者紛争解決基準」も、事業者と消費者との間の紛争に関連し、対象品目・品目別紛争解決基準と保証期間などを詳細に定めておくことで、消費者契約関係に具体的に適用される規範的基準

13) 日本の消費者契約法に関する韓国文献の紹介としては、徐熙錫「日本消費者契約法5年の成果と評価」民事法学第39号（2007）85頁；朴ヒジュ「日本消費者契約法の改正と示唆点」消費者政策動向第74号（2016）1頁。

14) 消費者基本法第2条第1号によると、消費者は「事業者が提供する物品若しくは用役（施設品を含む。以下、同じ）を消費生活のために使用（利用を含む。以下、同じ）する者又は生産活動のために使用する者であつて、大統領令が定める者をいう」と定められており、消費目的の消費者（＝本来的消費者）以外に、事業者により提供された物品等を最終的に使用する生産活動者、農畜産業および漁業活動のために使用する者（＝政策的消費者）を含んでいる。上記の規定の消費者概念に関しては、徐熙錫『消費者契約の法理』54頁；宋五植『消費者契約法』92頁。

15) 例えば、公正取引委員会が告示した電子取引消費者保護指針、互助消費者保護指針、そして文化体育観光部告示のコンテンツ利用者保護指針などが挙げられる。

16) 約款規制法に基づく標準約款はマンション標準供給契約書（標準約款第10001号）をはじめとし、2021年6月基準で銀行与信取引基本約款、国内外旅行業標準約款、電子商取引標準約款など計77の標準約款が普及・使用されているという。公正取引委員会『公正取引白書』（2021）388頁。

を明確にしている¹⁷⁾。

2. 消費者契約および消費者の撤回権

消費者の撤回権は、消費者が一定の取引形態において一定の期間内に自らが行った申込みの意思表示または事業者との契約を一時的に撤回し、契約の拘束力から免れうる権利をいう。韓国民法第527条によると、申込みの拘束力が認められるという点で、消費者の撤回権は、一定の取引状況において、事業者と比較して情報力・交渉力などの劣位にある消費者に、申込みの意思表示または契約成立後にも翻意できる熟考期間を持たせ、自己決定の実質的自由を保障する制度であるといえる¹⁸⁾。「消費者契約法」と言える基本法がない韓国では、消費者の撤回権も一般法的な根拠を持っておらず、割賦取引、訪問販売、電子商取引などの特殊販売形態に関する個別の法律で規定しているだけである。割賦取引法第8条以下、訪問販売法第8条以下、電子商取引法第17条以下に規定された消費者撤回権の認定要件、行使方法と撤回の法律効果は以下の通りである¹⁹⁾。

まず、消費者撤回権の認定要件について、消費者の撤回権は割賦取引、訪問販売と電子商取引等のように一定の販売形態により消費者の慎重な意思決定の余地が制約される状況において、消費者の単純な購買意思の変更の場合でも消費者に契約の拘束力から逃れられる制度であるため、上記の個別の法律では撤回権の発生要件について原則として制限を設けていない。すなわち、事業者の契約違反に限らず、消費者の単なる翻意によっても撤回権の行使が可能であるが、割賦取引法は両類型、すなわち消費者の単なる翻意と事業者の責任ある事由による撤回権行使を区別せずに規定しているのに対し、訪問販売法と電子商取引法は、上記の二つの場合を区分して規定している²⁰⁾。一方、撤回権の行使要件について、個別の消費者法規は、撤回権を排除する事由として、消費者の責任ある事由で財貨等が滅失・毀損された場合、事業者が提供した財貨等の性質などから始まる場合などを個別に規定している²¹⁾。

次に、消費者撤回権が消費者の一時的意思表示によって行使されることから、個別の消費者法律は、当該取引類型によって撤回権の行使方法と期間について具体的規定を設けている。行使方法と関連して割賦取引法の場合は、消費者にして書面（電子文書を含む）の方式を備えるように

17) 上記の基準は、<http://www.kca.go.kr/odr/pg/pi/osPgBjResolvW.do#none> からダウンロードすることができる。関連する韓国の最近の文献として、高炯錫「消費者紛争解決基準に関する研究」消費者法研究第5巻第2号（2019）211頁。

18) 消費者撤回権の目的および私的自治との関係に対する理論的分析については、李丙儒『現代市民社会と消費者契約法』374頁。そして、外国の消費者法制における消費者撤回権に関する比較法的紹介として、徐熙錫『消費者契約の法理』170頁以下。

19) 個別の消費者法律で定めた撤回権規定の概観として、宋五植『消費者契約法』153頁以下。

20) 割賦取引法第8条第1項、訪問販売法第8条第1項および第3項、電子商取引法第17条第1項および第3項を参照。財貨等の瑕疵を含む事業者の契約違反による撤回権は実質においては解除権であると解されることから、撤回権を二種類に分けて立法する方式での改正を提案する見解として、李尚谷・李恵利「消費者撤回権制度の改善方向——EU消費者法との比較を中心に」圓光法学第34巻第3号（2018）130頁；黄元載「デジタルコンテンツ供給契約に対する撤回権」外法論集第44巻第1号（2020）61頁。

21) 割賦取引法第8条第2項、訪問販売法第8条第2項、電子商取引法第17条第2項。

規定した反面、訪問販売、通信販売、電子商取引などの場合には口頭の方式も可能になっている。そして、行使期間においても、後払い式割賦契約、通信販売と電子商取引の場合には契約書を受け取った日から7日以内に、そして前払い式割賦契約、訪問販売、電話勧誘販売などの場合には14日以内に消費者の撤回権は行使されなければならない。個別の消費者法律が定めた撤回権の行使方法と期間に関するこのような相違は上で紹介した撤回権の排除事由について統一性を欠く規定内容とともに、立法的に改善されなければならないと指摘されている²²⁾。

一方、消費者撤回権の行使による法律効果と関連し、個別の消費者法律は、契約的拘束を解放する効力とともに原状回復義務を規定している。まず、撤回権行使の効力発生時期について、個別の消費者法律は撤回の意思表示が盛り込まれた書面を発送した日に撤回の効力が発生すると規定している²³⁾。そして、原状回復義務と関連した個別の消費者法律は、すでに供給された財貨などに対する消費者の返還義務と共にすでに支給された代金に対する事業者の返還義務を規定している。事業者が代金返還義務を遅延している場合には遅延利息を加算するようにする一方で²⁴⁾、消費者の単純な購入の意向変更による撤回の場合には、事業者は消費者に対して既に供給された物などの使用による利益の返還を求めることができる²⁵⁾。さらに、個別の消費者法律は撤回権行使によってすでに供給された財貨などを返送するのに必要とする費用を事業者に負担するように規定している²⁶⁾。最後に、消費者が撤回権行使に関する証明責任の所在と関連し、個別の消費者法律は契約締結の事実、財貨などの供給事実、契約書発給の事実、財貨などの毀損に対する消費者の責任の有無に関して、事業者が証明するように規定している²⁷⁾。

3. 消費者契約と事業者の情報提供義務

契約自由の実質的貫徹と公正な取引秩序の確立に向けて取引の一方当事者が相手に対して、契約締結前に取引関連事情について告知して、一定の場合には、契約締結の意思決定に影響を及ぼ

22) 高炯錫「消費者契約において申込み取消権の適正化に関する研究」消費者問題研究第38号（2010）74頁、84頁；宋五植『消費者契約法』159頁、166頁。

23) 割賦取引法第8条第4項、訪問販売法第8条第4項、電子商取引法第17条第4項。

24) 割賦取引法第10条第1および2項、訪問販売法第9条第1および2項、電子商取引法第18条第1および2項。

25) 訪問販売法第9条第4項、電子商取引法第18条第8項。一方、割賦取引法第10条第9項は、消費者撤回権について割賦取引業者の契約違反や消費者の単なる翻意の類型を区別しないまま規定している関係で、消費者の使用利益返還についても上記のような類型を区別せずに認めている。

26) 割賦取引法第10条第10項、訪問販売法第9条第9項、電子商取引法第18条第9および10項。搬送費用の負担主体に関する個別の消費者法律の規定は一貫しないところがあるが、割賦取引法と訪問販売法は事業者の契約違反と消費者の単純購入意思の変更の類型を区別しないまま事業者の費用負担を認める反面、電子商取引法は両類型を区別し、消費者の単純購入意思変更の場合には、事業者の契約違反の場合とは逆に消費者が搬送費用を負担すると規定している。

27) 割賦取引法第8条第5項、電子商取引法第17条第5項。これらの法律が上記の証明責任の規定を撤回規定の箇所に配置している反面、訪問販売法第36条第1項は、消費者権利の保護とは別の項目の下で、上記本文の事実とともに「立証責任に関する別途の約定がないその他の取引事実」を含め、事業者が証明する責任を負うと規定している。

す重要な事情について、相手方からの問い合わせがなくても、その旨を告知しなければならないという情報提供義務が広く認められている²⁸⁾。これに関連して韓国の現行民法は、自己決定・自己責任の原則によって、各当事者が自分の意思決定に必要な情報を自ら取得しなければならないということを前提としているため、情報提供義務に関する一般規定を有していない²⁹⁾。しかし、事業者との関係で経済力・情報力などの構造的に劣位に置かれている消費者の保護のために、消費者基本法は、既にかなり前から第4条第2号で事業者が提供する物品とサービスなどに関する情報提供を受ける権利を消費者の基本的権利として規定する一方で³⁰⁾、第19条第3項ではこれに相応する事業者の情報提供義務を規定している。

上記のような消費者の基本的権利に立脚して、個別の消費者法律は特殊な販売方式をはじめとする、消費者の劣位なる状況を補正するため、事業者の情報提供義務を詳細に規定している³¹⁾。例えば、割賦取引法は、第5条で①財貨などの種類および内容、②現金価格と割賦価格、③各割賦金の金額・支給の回数および支給時期、④割賦手数料の実際の年間料率、⑤契約金および⑥遅延損害金算定割合についての事業者の情報提供義務を規定している³²⁾。また、訪問販売法第7条第1項、電子商取引法第13条第1、2項も、①販売業者の氏名・商号と連絡先、②財貨などの名称、種類および内容、③財貨などの価格と支給時期や財貨などの供給方法、④申込み撤回【訳者注：「申込み撤回」は、韓国ではこれを「請約撤回」という】。以下、同じ】と契約解除の期限などに関する事項、⑤財貨などの交換、返品などの条件と手続および⑥消費者被害の補償や紛争処理に関する事項等に関する訪問販売業者の情報提供義務を規定している³³⁾。以上の事業者の情報提供義務は契約の重要内容以外に事業者の身元情報、被害補償など、消費者の権利保障事項を含んでい

-
- 28) 朴仁煥『契約締結の過程における情報提供義務』(2004)；金上中「契約締結の前段階の情報提供義務」高麗法学第56号(2010)1頁；池元林「民法の社会像と情報提供義務」民事法学第62号(2013)371頁；林建勉「契約締結上の情報提供義務に関する規定を民法に新設する際に考慮すべき事項」成均館法学第30巻第2号(2018)159頁。
- 29) ただ、現行民法典は保証契約の場合、債権者の保証人に対する情報提供義務の規定を置いており(民法第436条の2)、立法的には契約締結の前の情報提供義務に関する民法の一般規定を新設しなければならないという見解が従来から広く提示されてきた。これに関しては、金上中「契約締結の前段階での情報提供義務」高麗法学第56号(2010)1頁；池元林「民法の社会像と情報提供義務」民事法学第62号(2013)398頁；林建勉「契約締結上の情報提供義務に関する規定を民法に新設することに考慮すべき事項」成均館法学第30巻第2号(2018)182頁。
- 30) 情報提供に関する消費者の基本的権利は、1986年に全面改正された消費者保護法以来、新設・維持されており、消費者基本法第10条以下で定めた国や地方自治体の責務と「表示・広告の公正化に関する法律」により、そして本文で紹介する個別消費者法律によって具体的に実現されている。
- 31) 李丙僑『現代市民社会と消費者契約法』484頁以下；徐熙錫『消費者契約の法理』250頁。宋五植『消費者契約法』197頁。
- 32) 割賦取引法第6条は、上記の情報提供義務とともに、割賦取引業者の氏名・住所、所有権留保の事項と契約取消の期限などを含む契約締結の書面主義を規定している。
- 33) 訪問販売法第7条第2項、電子商取引法第13条第2項第2文によってこれらの契約も書面主義を採択している。

るが³⁴⁾、訪問販売法は割賦取引法と電子商取引法とは違って、事業者の情報提供義務に関して消費者に不利な契約内容を禁止することにより、事業者に対する片面的強行規定を定めている³⁵⁾。

事業者の情報提供義務違反の法律効果に関連し、まず上記の個別の消費者法律は、違反事業者に対して500万ウォン以下の過料を科す行政的制裁を規定している³⁶⁾。また、申込み撤回期間の起算と関連して、個別の消費者法律は、事業者の住所に関する事項または申込み撤回に関する事項を記載した契約書が交付されていない場合に、(契約書の交付の原則的時点ではなく)消費者が事業者の住所、申込み撤回ができることを知った日または知ることができた日から申込み撤回の期間を起算することとしている³⁷⁾。一方、取引商品に関する事業者の表示・広告が事実と異なったりまたは事実を誇張しすぎたり(偽り・誇張)、隠蔽・縮小する方法(欺瞞)により消費者を騙したり、誤認させるおそれがある場合には、表示広告法による事前、事後の行政措置(臨時中止命令、是正措置と課徴金)とともに、事業者の被害者に対する損害賠償責任を規定している³⁸⁾。さらに、事業者の消費者に対する義務違反、具体的には、偽り・誇張または重要情報漏れの義務違反については、その義務違反の契約締結や内容決定等に及ぼす影響の程度等に応じて、民法第110条、第109条による契約の取消権、民法第390条、第544条以下、第580条以下による(瑕疵担保責任を含む)契約違反を理由とする損害賠償と契約解除の救済手段および民法第750条の不法行為を理由とする損害賠償責任が認められている³⁹⁾。

4. 消費者契約と内容統制

上記で述べた事業者の情報提供義務は、自己決定・自己責任のもとで、事業者の情報提供を通じて消費者の情動的劣位さを補完し、契約締結過程で私的自治の実質的機会を保障しようとする現代の法秩序の制度の一つであるといえる。しかし、一定の場合、国家がこのような機会保障だけでは十分でないと考え、個人間の契約内容自体に関与せざるを得ない。勤労関係、住宅賃貸関係などで個別法律による勤労者、賃借人保護の強行規定が考えられ、暴利防止などの次元で最高利率を定めた利子制限法⁴⁰⁾、仲介報酬の上限額に関する公認仲介士法⁴¹⁾などもこれに該当するだろう。このような内容統制の必要性は、事業者が経済力などで優位な地位を利用して消費者に不利

34) 事業者の身元情報を提供するようにして消費者が営業目的の接触であることを事前に知ることができるようにすることで、無分別な競争行為に対する規制の側面を含んでいると指摘するものとして、李丙備『現代市民社会と消費者契約法』497頁。

35) 割賦取引法第43条、電子商取引法第35条および訪問販売法第52条を参照。

36) 割賦取引法第53条第4項、訪問販売法第66第3項および電子商取引法第45条第4項。

37) 割賦取引法第8条第1項第2号、訪問販売法第8条第1項第2号、電子商取引法第17条第1項第2号。

38) 表示広告法第7条から第10条までを参照。

39) 最近の韓国の判決例の概観として、金上中「消費者契約と情報提供義務」消費者法研究第5巻第2号(2019)40頁以下。もちろん、上記のような民法一般の救済手段は、表示広告法の場合と同様、消費者契約に限定されることはない。

40) 法律第8322号、制定2007.3.29。

41) 法律第12374号、一部改正2014.1.28。上記の規定は沿革的に不動産仲介業法(制定1983.12.30.法律第3676号)に従っている。

な契約内容を強要する危険性が構造化されている消費者契約においても広く認められている⁴²⁾。

消費者契約の内容統制は、大別して民法一般条項（第103条、第104条）と約款規制法第6条以下の不公正約款条項による無効統制によって行われている⁴³⁾。このうち民法第104条（暴利行為）による無効統制は消費者とは言えないが、個別の判決例で高齢の取引経験の不足などを理由とした契約当事者の保護のために援用されるケースが少なくない⁴⁴⁾。もっとも、消費者契約の内容統制は、事業者が消費者との取引において利用する約款を統制することによって行われるが、約款の一方性・事前性・定型性を理由とした公正取引委員会の行政規制が重要な役割を果たしている⁴⁵⁾。公正取引委員会は約款の審査請求を受けたり職権で約款審査に着手したりすることもできるが、約款規制法はこのため第7条以下で具体的無効事由を列挙しており、第6条では①顧客に不当に不利な条項、②顧客が契約のすべての事情に照らして予想し難い条項、③契約上の本質的権利を制限する条項を一般的無効事由として規定している⁴⁶⁾。公正取引委員会は、審査対象である約款条項が上記の基準により不公正であると判断される場合に当該条項の削除・修正等は正に必要な措置を勧告し、事業者がこれに従わない場合に約款を是正するために必要な措置を命ずることができる⁴⁷⁾。

約款規制法施行以来、公正取引委員会による約款審査は、制度の認知度の増加等により継続的に行われてきたが⁴⁸⁾、2000年以前までの約款審査が不動産（住宅分譲、賃貸借等）、金融・保険（与信取引、リース取引等）、冠婚葬祭（結婚式場、葬儀場等）、旅行・航空、各種施設（ゴルフ場、会員制体育施設等）といった伝統的分野に限られていたが、最近ではインターネット、モバイル

-
- 42) 金上中「公正秩序と民事法の役割：契約法を中心に」法と政策研究第11集第3号（2011）16頁；徐熙錫『消費者契約の法理』327頁以下。
 - 43) 約款規制法は、事業者が相手方顧客との取引関係において利用する約款の規制に関する法律であって相手方の消費者性を前提としないが、約款規制法第1条に示されているように、約款規制により消費者の保護を図っていることは明らかである。
 - 44) 金龍潭執筆代表『注釈民法〔総則(2)〕』（第4版、2010）461-462頁（尹眞秀・李東珍執筆）。
 - 45) 約款規制法第15条は、以下で説明する第7条以下の判断基準に従って、内容統制について条項別、業種別にその適用を制限する規定を設けているが、このような明示的制限規定以外に、契約法の内在的限界によって、例えば給付と反対給付に関する合意内容等についても内容統制の対象から除外すべきとの立場が広く主張されている。李丙僞編『約款規制法施行30周年と法的課題：約款規制法による立法評価』（2018）19頁および脚注23引用文献（李丙僞執筆）を参照。
 - 46) 上記の判断基準の内容を概観するものとして、宋五植『消費者契約法』121頁以下。さらに、公正取引委員会が上記のように具体的契約関係を前提とせず約款審査を進める抽象的内容統制と、これと異なり、裁判所が具体的契約関係の紛争を契機に約款条項の有効性について司法的判断を行う具体的内容統制の関係、特に判断基準の同一性の有無などについての詳細な説明として、李丙僞「約款の抽象的内容統制と具体的内容統制の関係」財産法研究第29巻第2号（2012）160頁（両者の違いを指摘）；徐熙錫『消費者契約の法理』394-395頁、408頁（具体的判断基準に従った同一のアプローチを強調）。さらに、黄元載「約款の規制に関する法律上の審査基準とその意味」財産法研究第35巻第1号（2018）227頁。
 - 47) 約款規制法第17条の2。
 - 48) 約款審査が1987年に始まって以来、その審査の請求件数は2020年までに約28,763件に達しており、特に2014年から2020年までに公正取引委員会に提起された約款に関する苦情および審査件数は計11,644件に達しているという。公正取引委員会編『公正取引白書』（2021）381頁。

等のIT技術の発達、新たな販売形態の出現（海外購入、ソーシャルコマース、オープンマーケット等）により、約款審査対象分野が大きく拡大されつつある⁴⁹⁾。2020年には、①事故関連の不当な免責条項、チャージポイントに対する払戻し制限条項等を含んでいる電動キックボード事業者の不公正約款、②配送関連の不当な免責条項、損害賠償範囲の縮小条項等を内容とするテスラ（Tesla）코리아不公正約款、③中途解約および払戻し不可条項、一方的な値上げ条項等を含んでいるOTT（オーバー・ザ・トップ）事業者の不公正約款、そして、④クリエイターのコンテンツの任意削除条項、契約期間の自動延長条項等を内容とするMCN（マルチ・チャンネル・ネットワーク）事業者の不公正約款等に関して、公正取引委員会の職権調査が行われて是正措置が下されたことがある⁵⁰⁾。

Ⅲ. 韓国消費者契約法制の改善提案

1. 個別消費者法律の内容の一貫性の確保

以上で概観したように、韓国の消費者契約法制は、消費者契約に（だけ）適用される基本法を有しておらず、割賦取引法、訪問販売法、電子商取引法といった個別の消費者法律によって規律されてきた。これらの法律はたとえ販売方式の形態によって適用範囲を異にするが、約款規制法とともに、公正取引委員会の所管下にあるという事情などによって、消費者契約の主要制度、つまり、申込み撤回、情報提供義務のような制度を設けているという構成の側面では近接している。

しかし、これらの規定は細部的にはその内容を互いに異にすることで、統一性ないし整合性の側面から改善すべき必要があると既に早い時期から指摘されている⁵¹⁾。上記のⅡ.2.で紹介したように、消費者撤回権の行使期間が一定の割賦取引方式と電子商取引の場合には7日である反面、訪問販売などでは14日に規定されているが、このような期間の差が販売形態の違いによって正当化されないという点から一本化して規律する必要があるだろう。また、申込撤回による原状回復義務と関連して、通信販売法、電子商取引法は、消費者の単なる購買意思の変更、事業者による契約違反の場合を分けて、前者の場合には後者と異なって消費者が返送費用を負担するようにしている反面、割賦取引法はこのような区別なしに消費者でもって返送費用を負担するようになっているところ⁵²⁾、このような異なる規律内容は立法的に補正されなければならない。

さらに、韓国の個別の消費者法律は消費者が自分に提供された物品等を使用することによって得た利益については、これを事業者に戻すよう規定しているが、消費者のこのような使用利

49) 李丙僞編『約款規制法施行30周年と法的課題：公正取引委員会審決例の動向』（2018）551頁（ミン・ヘヨン執筆）。

50) 公正取引委員会編『公正取引白書』（2021）383-386頁。

51) 高炯錫「消費者契約において契約取消権の適正化に関する研究」消費者問題研究第38号（2010）74頁、84頁；李丙僞『現代市民社会と消費者契約法』37-39頁；宋五植『消費者契約法』168頁。

52) Ⅱ.2. 脚注26参照。EU 消費者権利指令とその国内法化によるドイツ民法の消費者撤回権行使における返送費用の消費者負担の規定内容に関する説明として、黄元載「デジタルコンテンツ供給契約に対する撤回権」外法論集第44巻第1号（2020）64、66頁。

益返還義務も、詳細に見れば個別の消費者法律では対応が異なる。つまり、割賦取引法はすべての撤回の場合に消費者の使用利益返還義務を認めている反面、訪問販売法と電子商取引法は、(事業者の契約違反の場合には適用しないが)消費者の単なる購買意思の変更の場合に限定して認めている。後者の規定内容は事業者の契約違反を理由にした撤回の場合に、消費者の使用利益返還義務を認めていないところ、これは、民法第544条以下に従った契約解除の場合に、各当事者の過失・使用利益返還義務を認める規定内容と比べて、原状回復関係において消費者の保護を図ろうとする点は十分に納得するに値する。これに加えて、消費財売買一般で撤回権行使による原状回復関係において撤回以前の消費者の使用利益返還義務を認めない欧州の立法方向⁵³⁾に照らして、最近では消費者の単純な購買意思の変更による撤回権行使の場合でも、消費者の使用利益返還義務を認める個別の消費者法律の規定にみられる方向性が、消費者撤回権の行使を保障するという観点で果たして望ましいものといえるかどうかについて検討する余地があるという見解も示されている⁵⁴⁾。

一方、個別の消費者法律の内容的な整合性を改善するための立法的議論は、財貨・用役等を購入する契約とその購買代金を調達するための信用提供契約が結びついた場合に、販売業者、信用提供者、消費者の法律関係をより単純・明瞭化する内容への改善⁵⁵⁾、そして、事業者の情報提供義務違反による法律効果として、欧州の立法内容と同様に、申込み撤回期間を起算できないようにする内容への改善の可否⁵⁶⁾もあわせて検討されるべきだろう。

2. 民法典内に消費者規定の新設の必要性

韓国の現行民法典は、日本の民法典と同様、ドイツ、フランスなどヨーロッパの近代民法典を模本として抽象的な対等性を有する合理的人間を前提として規定体系と内容を設けた。したがって、個人間の経済的・社会的地位の不平等から始まる現実取引社会の問題は、一般の私法である民法典ではなく、個別の民事特別法の領域で扱われてきた。

ところで、このような経験は、少し前まではドイツ、フランスなどのヨーロッパ諸国でも同様であったが、2000年代以降は、民法典の現代化という立法目的の下、これらの国の民法典は根本的に変化した。すなわち、ドイツ民法典は、2002年の債務法現代化以来、民法典内に消費者概念

53) 例えば、最近のEU消費者権利指令(Directive 2011/83/EU)などによると、事業者は撤回期間中の物品の使用利益について消費者に賠償請求することはできず、その使用によって物品の価値の減少が発生した場合であっても、その使用が物品の性状などを確認するのに必要なものである限り、価額賠償を請求することはできない。これに関する紹介として、朴熙昊「欧州共通売買法(CESL)上の消費者撤回権に関する研究」民事法学第66号(2014)365頁;金鎮雨「消費者撤回権の行使効果に関するいくつかの争点」流通法研究第3巻第1号(2016)90頁以下。

54) 李尚容・李恵利「消費者撤回権制度の改善方向——EU消費者法との比較を中心に」圓光法学第34巻第3号(2018)147頁。金世竣「電子商取引法上の申込撤回効果の問題点と改善方案」消費者法研究第7巻第1号(2021)67頁以下。

55) 徐熙錫『消費者契約の法理』211頁。

56) 徐熙錫『消費者契約の法理』216-217頁。

とともに個別消費者契約の類型を受け入れた。これを通じてドイツの立法者は、民法の一般原理が消費者契約に対してもそのまま適用される一方、個別の消費者契約の特殊性に従って、これを修正・補完して適用するという有機的関係を既に民法典の体系において明確に示している。また、フランスにおいても、1993年に制定し、消費者関連法規を体系的に整備した消費法典（Code de la consommation）をこれまで維持しつつ、2016年にフランス民法（債権法）の抜本的改革に踏み切り、消費法典の主要制度ないし内容を民法典の一般規定として採用している⁵⁷⁾。韓国でもまだ実現されていないが、消費者契約に関する民法典内の規定新設に関して長らく議論がなされてきた。一般民法との関係で、消費者契約法の相対的な独自性を否定する見解も主張されるが⁵⁸⁾、多数説は消費者の事業者に対する経済的・情動的劣位または訪問販売等の個別販売形態の特殊な状況に応じた保護の必要性を認める中で、民法典に組み入れる方法を示す立場と、民法典外の特別法による消費者契約法の定立を主張する立場とに大別されている⁵⁹⁾。

個人的見解によれば、既に長らく公私法の規定内容を含めながら、業法の特性を持って定着してきた個別の消費者法律を概ね維持しつつ、消費者契約に関する根本制度については、民法典内の規定を新設・編入することを提案する立場に賛同するところである。その主な理由は、何より一般私法としての民法の本来の地位を堅持・回復し、市民一般の行為規範と取引関係におけるゲーム規則としての機能を実現することにある。すなわち、個人は、現代社会において、誰もが他人から財貨・サービス等の提供を受けて、これを消費する生活を営まざるを得ない。しかし、民法が市民の誰もが属する消費者の契約関係に特有の規律内容を全く提示していないことは、その一般私法的な地位を色あせさせる状況だと言えるだろう。もちろん、消費者契約に関する法典の編制方式（民法典編入 vs. 別途の法典）は消費者保護の実質的内容の違いよりは民事法の体系的・理論的関心から議論されたことが少なくない。しかし、2016年のフランス民法典（債権法）の改正方針、すなわち法律規定の現代化、教育的編制による規定体系づくり、一般人に接近しやすい簡潔さの維持などについてあえて言及しなくても⁶⁰⁾、現代の市民の誰かが民法典を開いた瞬間、日常的に結んでいく取引関係の根本方針をまったく探すことができなければ、はたして民法の一般的な地位を云々できるだろうか疑問を抱かざるを得ない。

また、消費者契約の主な内容に関する民法規定の新設は、近代社会から現代社会への変化に伴い、実質的な契約自由と契約公正の保障という方向に発展する民事法理に照らしても避けて通れない。消費者の契約撤回権と事業者の情報提供義務は、周知のように、消費者の保護を目的とする消費者契約の重大な内容である。ところが、消費者の事業者に対する劣位性から始まったこれ

57) 例えば、信義則による契約締結以前の情報提供義務（第1112-1条）、申込みの撤回（第1122条）、従属状況の濫用による契約無効（第1143条）、附合契約の内容統制（第1165条以下）と作成者不利益の解釈原則（第1190条）などが挙げられる。

58) 白慶一「消費者保護法の民法典内編入問題に関する批判的考察」財産法研究第26巻第2号（2009）。

59) 韓国内の以上の見解の対立に対する概観として、李丙儒「もう一度：消費者契約法の民法編入について」安岩法学第38巻（2012）168頁。

60) 韓仏民法学会『改正フランス債権法解題』（博英社、2021）4-5頁（南孝順執筆）。

らの制度は、消費者契約を超えて、それ以外の保護の必要性がある取引関係に拡大、発展している。勤労者または法人理事の辞職届提出による辞職意思の撤回可能性を認めた判例法理⁶¹⁾、個別の消費者法律以外に、金融投資、保険商品、保証関係等に関する法律規定、その他、信義則上の一般原則による契約締結以前の情報提供義務の認定などを上記のような現象として言及することができる⁶²⁾。言い換えれば、消費者契約の主要制度である契約撤回権、契約締結の前の情報提供義務に関する民法規定の新設は実質的契約自由と契約公正の保障に向けて発展した民法典の内外の法理について基本法的根拠を設けることになるだろう。

もちろん、消費者契約に関する民法規定を新設する場合にその内容は、個別販売形態の多様性などに照らしてすべての事項を含めず、消費者契約の基本内容だけを規律する方式が望ましいと考えられる。消費者と事業者の概念、撤回権の法的根拠、契約締結の前の情報提供義務に関する規定の新設がこれに該当し、消費者契約に限定されていないが、約款による契約締結も民法の現代化という課題に照らして一緒に新設されなければならないだろう。

3. 「消費者契約法」の制定の必要性

消費者契約の主要制度に関する民法の根拠規定が設けられる場合にも、別途の消費者契約法の制定は必要である。消費者契約法の制定は、多くの販売形態による個別の消費者法律だけが存在することにより衝突している規定内容の間の統一化⁶³⁾を図るための目的、特殊販売形態の多様さと迅速な対応の必要性などによって、消費者契約に関する民法規定の新設にもかかわらず、基本法である民法規定のみによる規律の不可避な限界などの理由から、民法と個別の消費者法律の間の架け橋の役割をすることに、その目的を置いている。また、消費者契約法の制定は、個別の消費者法律が存在する状況においても、特殊販売業の行政的規制を図る公法的性質によって契約の撤回、情報提供義務以外に瑕疵担保を含めた契約違反等に関して何の法律規定も持たない規律の空白状況を解消しようとする趣旨も含めている。

このような個人的意見による消費者契約法の主要な骨格は既に個別の消費者法律に存在している契約的規律事項、つまり、①消費者契約の書面主義、②消費者撤回権の要件（排除事由）と法律効果、③情報提供義務に関してより一般化した規定を含めなければならないだろう。特に、上記のⅢ.1.で言及したように撤回権の排除事由、撤回権行使に伴う原状回復関係の具体的内容、情報提供義務違反の民事法的効果等に関する現行の個別の消費者法律の規定内容も整合性のレベル

61) 大法院1992.4.10.91ダ43138判決など。関連する韓国判決例の概観として、河京孝「条件付き辞職の意思表示の性質と効力」財産法研究第28巻第4号（2012）163頁。

62) 金融消費者保護に関する法律第19条（上記法律の制定以前に資本市場と金融投資業に関する法律第47条、保険業法第95条の2）、商法第638条の3、民法第436条の2。そして一般的な民事取引で信義則による契約締結以前の情報提供義務を認めた判決例としては、大法院2006.10.12.2004ダ48515判決；大法院2007.6.1.2005ダ5812判決など。民事法全般の契約締結以前の情報提供義務の発展状況に関しては、金上中「消費者契約と情報提供義務」消費者法研究第5巻第2号（2019）29-32頁；徐熙錫『消費者契約の法理』250頁以下；宋五植『消費者契約法』197頁以下。

63) 前のⅢ.1.を参照。

で必ず比較検討しなければならないだろう。また、最近ではオランダ民法第3編第44条第4号⁶⁴⁾、改正フランス民法第1143条⁶⁵⁾または日本の消費者契約法第4条第3項第3号などの影響を受けて、困窮した状況にある消費者などの経済的・社会的弱者に対する保護の必要性が議論されている⁶⁶⁾。暴利行為に関する韓国の現行民法第104条の文言の改正を含めて立法的に検討すべき事項だと考えられ、消費者契約の締結に関する一般的規定内容に関しては比較法的にフランス消費法典、オーストリアの消費者保護法が参考に値する⁶⁷⁾。

一方、消費者契約法典を新設する場合、その内容は契約締結に関する一般的規律以外にも契約の履行過程における消費者の契約法的保護に関する規定も必ず盛り込まなければならないだろう。事業者の契約違反、特に瑕疵担保については、現行民法典の規定は瑕疵報酬ないし追完履行の請求を設けていないなど、現代の消費社会の状況に合致していないと指摘されて久しいし、個別の消費者法律も同様に公・私法的規定の性質から契約違反の要件と効果については何ら規定を設けていない。比較法的には消費財売買等に関する欧州連合の立法指針とその影響によるヨーロッパ各国の民法または担保責任法等を参考にし⁶⁸⁾、韓国の消費者保護実務において既に広く活用されている公正取引委員会の各種の「消費者保護指針」と韓国消費者院の「消費者紛争解決基準」も救済手段の内容などを法定するにあたって必ず考慮しなければならないだろう。

IV. まとめ：韓国の消費者契約法体系の提案

これまで韓国における消費者契約法制を概観し、その改善方向について提案してみた。消費者

-
- 64) オランダ民法第3編第44条第4号によると、「相手方の法律行為が切実さ、依存性、思慮の欠如、精神的異常や経験不足など特殊な状況の結果として行われたという事実を知ったかあるいは知ることができた者がそうすべきではなかったにもかかわらず、相手方にその法律行為をするよう勧誘した場合には状況の濫用に該当する」と規定して、その法律行為の取消しの可能性を認めている。
- 65) フランス民法第1143条によると、「一方当事者が、相手方が直面した自分に対する従属状態を濫用し、その相手方においてこのような強要の状態がなかったならば負担しなかった義務を負担することにして、その義務負担から明らかに過度な利益を得た場合にも強迫が認められる」と規定している。規定の文言や、その内容の解説に関しては、韓仏民事法学会『改正フランス債権法の解題』（博英社、2021）126頁（李銀熙執筆）。
- 66) 徐熙錫『消費者契約の法理』324頁以下；南允卿「日本消費者契約法の最近の改正動向に関する小考」財産法研究第36巻第4号（2020）73頁；李ゼミン「2018年日本消費者契約法の改正過程とその示唆点」慶北大学法学論考第75号（2021）169頁。
- 67) 特にフランス消費法典第1巻第1編消費者情報、第2巻第1編契約の一般条件は特定の販売形態に限定しないまま消費者契約の一般規定を置いており、オーストリア消費者保護法もまた消費者契約に関する（撤回を含む）解除権、担保責任と品質保証約定等に関する一般規定を置いている。オーストリアは、物品売買契約とデジタルコンテンツ供給契約における消費者保護を目的とする2019年の二つのEU指令〔Directive (EU) 2019/770、2019/771〕を国内法化する過程で消費者担保責任法（Verbrauchergewährleistungsgesetz）を制定した。
- 68) 最近のEU指令については、金鎮雨「欧州連合の物品売買に関する新しい担保責任法」ジャスティス第180号（2020）180頁；朴信昱「デジタル指令と物品売買指令そしてドイツ民法の変化」民事法学第97号（2021）45頁。

契約に関する民事基本法を置かずに、割賦取引、訪問販売、電子商取引などの特殊販売形態によって公・私法的性格の個別の消費者法律によって規律されている韓国の消費者契約法制に関して、本報告は次の3つの体系的改善方向を提案した。

第一に、民法典に消費者・事業者概念、契約撤回権および契約締結以前の情報提供義務に関する規定を新設し、これにより民法典内に消費者契約の主要制度についての法的根拠を確保する。民法典内の消費者規定の新設は、誰もが消費者である現代社会において一般私法である民法の本来の地位を維持・回復するという趣旨、そして実質的契約自由と契約公正の保障という現代的法理発展方向への照応のために必ず必要であるといえる。

第二に、特殊販売形態に基づいて存在する個別の消費者法律の内容的一貫性の確保を提案した。このような提案は、消費者法学界において既に古くから提起されてきたが、契約撤回権の行使期間の統一、撤回権行使による原状回復関係の内容的一貫性の確保などにおいて必ず必要であると考えられ、これとともに事業者の情報提供義務違反に対する民事法的効果（撤回権行使期間の未開始を含む）に関する法律規定の設置などもあわせて検討されるべきである。

第三に、消費者契約法の制定を提案してみた。消費者契約法の制定は、—— 第一および第二の提案のとおり —— 消費者契約に関する民法典の根拠規定の新設および特殊販売形態による個別の消費者法律の維持状況においても、基本法である民法の規定のみによる規律のやむなき限界および事業者規制を目的とする「業法」の性格に応じた個別の消費者法律の規定対象の限定（＝瑕疵担保等、契約違反に関する法律規定の不在）から、必ず要請されるといえるであろう。消費者契約法はその規定対象と内容の側面において狭くみたときにはオーストリア消費者担保責任法を模範として、各種消費者契約において事業者の担保責任に関する規定内容を、広くみたときにはフランス消費法典とオーストリア消費者保護法の内容を参考に消費者契約の締結と履行上の規定内容を含む方式が考えられるだろう。