

《 論 説 》

雇用契約・労働契約と消費者契約

日野 勝吾

I はじめに

本稿は、労務供給に関する契約である雇用契約及び労働契約⁽¹⁾並びに主として商品・役務（サービス）（以下、「商品等」という）提供に関する契約である消費者契約⁽²⁾を取扱い、特に両契約の締結過程における法規制のあり方を比較検討する。一見して異質な各契約の法的性格や共通性、類似性を踏まえつつ、相互の契約理論から得られる有益な示唆を受け、各契約を取り巻く法領域の「すき間」となりうる事案（いわゆる「曖昧な契約関係」）の契約内容の明確化と適正化へ向けて考察することが本稿の目的である。

ところで、周知の通り、実証的なアプローチを重視された鎌田耕一先生（以下、「鎌田先生」という）は、業務委託や請負等、労働契約以外の役務提供契約（非典型労働）の下で報酬を得るために事業主から委託を受け、個人で業務に従事する者（以下、「委託型就業者」という）や労働者と事業者の中間に位

(1) 民法と労働法との関係や労働法の本質を具体的に検討するにあたり、後述の通り、雇用契約と労働契約の異同・相違に関してはこれまで論議され続けてきた。雇用契約と労働契約に関する概念の異同・相違に関する各学説の状況等については、さしあたり石田眞「労働契約論」初井常喜編『戦後労働法学説史』（旬報社、1996年）615頁以下を参照。

(2) 消費者契約のうち、役務提供（型）契約としては、例えば、在学契約、語学学校の受講契約、エステティック・サロンの施術契約等のサービス提供を内容とする。こうした契約をサービス契約と総称する論者もいる。松本恒雄「サービス契約の法理と課題」法学教室181号65頁以下。なお、こうした契約の性質について、判例は「有償双務契約としての性質を有する私法上の無名契約」とする（最二小判平成18年11月27日民集60巻9号3437頁）。

置する就業者（以下、「契約労働者」という）の法的保護に関する法政策論を展開されてきた。いわゆる「第三のカテゴリ」論者として、労働法における保護対象の拡大に向けた立法論の導入を提案された⁽³⁾。

また、鎌田先生は、民法の「雇用」の意義を再検討した上で、民法上の雇用契約は労働契約とは異質であるとして、指揮命令下の労務の供給という限定を除外すべきとの見解（「新たな峻別説」）を主張されるに至った⁽⁴⁾。

このように鎌田先生が二刀流の如く、「民法」と「労働法」の両範囲を守備範囲とされたように、筆者も研究対象とした法律（公益通報者保護法）が交錯的であったこと、また紆余曲折もあって「民法（特に消費者法）」と「労働法」の両範囲を主な守備範囲としてきた。特に各法領域において保護を享受できない「すき間」（「曖昧な契約関係」）に陥る者への法的保護のあり方や交错的な法分野に関して研究を進めてきた。いずれの法領域にも属している（属さない）からこそ可能な法解釈論を展開することができるものと信じている。

筆を走らせる前に、まずは東洋大学を御退職される鎌田先生のこれまでの学恩に対して心より感謝申し上げ、謹んで本稿を献呈する次第である。

以下、本稿では、雇用契約と労働契約、そして、消費者契約の特質等を踏まえながら、紙幅の関係上、契約締結過程を中心にして、両契約の法規制を比較検討し、各法領域の「すき間」（「曖昧な契約関係」）事案の考察を通して、両契約の内容の明確化と適正化へ向けて一石を投じたい。

(3) 鎌田耕一編著『契約労働の研究—アウトソーシングの労働問題—』（多賀出版、2001年）、同『労務サービス契約の研究：業務委託契約・業務請負契約の研究』（文部科学省科学研究費補助金研究成果報告書、2004年）、同「個人請負・業務委託型就業者をめぐる法政策」季刊労働法241号（2013年）57頁以下。

(4) 鎌田耕一「雇傭・請負・委任と労働契約」横井芳弘ほか編『市民社会の変容と労働法』（信山社、2005年）151頁。

II 「労働」と「消費」に関する法規制

(1) 「労働」と「消費」の相対性

言うまでもなく、我々の日常生活において、「労働」と「消費」は密接不可分な関係にある⁽⁵⁾。我々は「労働者」であり、「消費者」である。つまり、事業者（企業）が消費者に対して供給する商品等の多くは、事業者（使用者）の指揮命令下に置かれて就労する労働者の手によって成り立っている⁽⁶⁾。当該労働者は、生産・提供する同一の商品等を購入するかはさておいたとしても、日常生活に不可欠な商品等を購入して生活を営む消費者でもあり、現代社会においては多面的で表裏一体の関係性にある⁽⁷⁾。近時、グローバリゼーション（globalization）の進展や情報通信技術の発展、また一般的に AI（Artificial Intelligence）と呼ばれる人工知能の発達⁽⁸⁾等によって、「労働」や「消費」の価値や契約に至る選択手段が多様化し、労務提供や商品等の購入にあたっての合理的選択に影響を及ぼしているといえる。

そして、歴史を遡れば、労働組合は、団結権保障を踏まえた労働者の権利利

(5) 法律論から離れるが、よりグローバルな観点で考察すると、今後、「倫理的（エシカル）消費」や「持続可能な消費」のように生産者や労働者を想起しながら消費者が消費行動を進めることは不可欠な要素と位置付けることができる。例えば、インドのムンバイ、バングラデシュのダッカ等の縫製工場で製品化される衣料は、消費者が1着当たり50セント（約57円）多く支払えば、工場労働者の給与は5倍にできるという試算もされている。また、労働災害の抑止等、労働環境の安全性確保にもつながる（The Asahi Shimbun GLOBE 平成29年11月号2頁以下）。さらに、例えば、Amazonのようにインターネット取引を通して、消費者が店舗に出向くことなく自宅で商品等を手に入れることができる今日において、消費者がそうした流通に至る過程を知り、その妥当性を確認することはもちろんのこと、当該事業者の労働者の労働環境や労働条件をも考慮して消費行動（商品選択）を行うことが、今後ますます求められてくるであろう（同12頁参照）。近時、地方公共団体が「公契約条例」を制定する動きが活発化していることもその現れであろう。この点、労働（者）と消費（者）は相互に、かつ、密接に関連しているし、法律論に戻せば、消費者の商品等の選択にとっては、契約上の表示や勧誘行為による情報提供に加え、社会的責任投資（Socially responsible investment）や ESG（Environment, Social, Governance）投資、ディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）の取り組み等のように、製造工程や就労実態等の情報開示も消費者の商品等の選択にとって重要な要素になってくる。

益の維持・向上に関する運動はもちろん、政治問題⁽⁹⁾や公害・物価等の「生活者」をめぐる諸問題についても、社会的責務として労働（組合）運動が行われてきた⁽¹⁰⁾。これに連動するように消費者団体も、「生活者」の視点からコンシューマリズム（consumerism）に基づき、ニセ牛缶事件やカラーテレビの二

-
- (6) この点、労働者と消費者が対立する局面は多々存するといつてよい。例えば、従業員（労働者）が顧客（消費者）から暴言等のクレーム等の迷惑行為を受ける場合が顕著な例といえよう。UAゼンセン（全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟）をはじめとした労働組合側は、消費者からの不当な要求やハラスメントまがいの被害の未然防止やクレーム行為による経営損失を減らしたり、労働者の精神衛生確保につなげたりすることを目的として、ガイドライン（指針）を策定するなどして対策を講じている。この点、同じ生活者である消費者が労働者を追い込むという、いわば輪廻している社会事象を確認できる。労働組合や消費者団体と連携はもちろんであるが、消費者教育の推進に関する法律2条2項にいう「消費者市民社会」の形成の一環として、労働と消費の表裏一体性や持続可能な労働・消費を意識させることが重要である。なお、法的考察から外れ、敢えて付言しておくとするれば、平成27年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」（SDGs: Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標））において、2016（平成28）年から2030（平成42）年までの国際目標として、持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットが定められているところ、「目標8（経済成長と雇用）包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する」こと、並びに「目標12（持続可能な生産と消費）持続可能な生産消費形態を確保する」とされ、雇用（労働）と消費に関しても、持続可能な取り組みを促進させると謳っている。詳細については、国際連合「持続可能な開発ホームページ」を参照（<https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs>）。
- (7) 門田信男『労働法要説（第1分冊）』（文久書林、1976年）15頁以下によると、商品の生産過程は、労働過程と価値形成過程との統一であり、生産手段と労働力の結合される労働過程は、使用価値を創造するための合目的的活動であり、あらゆる社会に共通な社会存立のための基盤をなすから、超歴史的な過程と位置づける。なお、経済学では、消費行動、雇用（労働）や賃金との経済的な関係性について、マルクス経済学、ケインズ経済学、近代経済学の各経済理論において議論されてきた。ケインズ経済学では、非自発的失業が議論されたり、近代経済学では賃金労働者は、消費者として上手に買い物をして効用の最大化を達成する一方、生産要素の1つである労働の提供者として労働条件の決定を行うとしている。森嶋通夫『思想としての近代経済学』（岩波書店、1994年）を参照。
- (8) 政府もAI等の技術革新等によって就労や雇用形態のさらなる変化を予測する。厚生労働省「働き方の未来2035：一人ひとりが輝くために」懇談会「働き方の未来2035～一人ひとりが輝くために～」（2016年8月）（<http://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/2/0000132314.html>）。
- (9) 水野勝「労働者の政治活動と経営秩序—諸判例の理論とその問題点—政治活動の自由・権利の確立のために」労働法律旬報733号3頁以下。

重価格問題⁽¹¹⁾をはじめとして、消費者の権利利益の保護を集団（連帯）によって獲得してきた経緯がある⁽¹²⁾。その後は軌を一にしながら、労働（組合）運動や消費者運動は衰退する一方、労働者や消費者の個別化・分断化が進行したといえる。この点に鑑みれば、労働者であり、消費者でもある「生活者」⁽¹³⁾（具体的人格を有する自然人（・市民））として、維持されるべき尊厳や擁護されるべき社会生活上の正当な利益を侵害される可能性が徐々に高まりを見せている危機的な現状にあると見てよいであろう⁽¹⁴⁾。

これら諸点を踏まえ、以下では、労働契約や消費者契約に関する法律上の概念定義及び各契約との関連性等について、簡単に整理しておきたい。

（２）雇用契約と労働契約の関係

まず民法の雇用契約と労働基準法（以下、「労基法」という）⁽¹⁵⁾等で用いられ

(10) 西谷敏「労働者の公害反対闘争をめぐる法的諸問題」日本労働法学会誌37号92頁。市民と労働者との関係については、西谷敏『労働法の基礎構造』（日本評論社、2016年）54頁以下。なお、労働組合の本質的な存在意義は組合員（労働者）の労働条件向上にあると見てよい。いわば官製団交とも言える近時の政府による政策は本来の労使関係の姿ではない。最近の雇用・労働政策、特に、成長と分配の好循環を実現すること及び一億総活躍社会実現に向けた働き方改革については、首相官邸ホームページを参照

(<http://www.kantei.go.jp/jp/headline/ichiokusoukatsuyaku/hatarakikata.html>)。

(11) 及川昭伍・田口義明『消費者事件 歴史の証言』（民事法研究会、2015年）36頁。

(12) 前掲注11) 34頁。

(13) 筆者はかねてから労働と消費をめぐる法的問題を複眼的な考察を行うために「生活者法」と体系化することを提唱している。試論的な論稿として、日野勝吾「内部告発に係る事実を付した告発状の真実相当性と内部告発の目的・手段の妥当性」尚美学園大学総合政策論集22号95頁以下。

(14) 就業形態がますます多様化する中で、各法の定める適用対象概念の枠組みを超えた法的検討が求められる。在宅ワーク（在宅就業者）という形態についても、特定商取引に関する法律（以下、「特商法」という）上の業務提供誘引販売による場合もあれば、業務委託契約として、インターネットを介して仕事を請け負う「クラウドソーシング」やフリーランス等の個人事業主として従事する場合もあろう。こうした法的保護のあり方については「生活者」として総括的に適用対象を検討する必要があり、労働組合や消費者団体による支援・保護のあり方とともに取り扱うべき問題である。なお、フリーランス等の個人事業主の就業形態について、公正取引委員会はこうした就業形態も独占禁止法の対象とする見解を示している（朝日新聞朝刊平成30年2月16日）。就業形態がますます多様化する中で、労働法制の役割の再定義化と連環的な考察が求められる。

ている労働契約に関する概念について見てみよう。

民法上、典型契約である雇用契約は、「当事者の一方が相手方に対して労働に従事することを約し、相手方がこれに対してその報酬を与えることを約すること」により成立する（623条）。他方、労働契約については、後述の通り、明文規定が存しない⁽¹⁶⁾とはいえ、当事者の一方（労働者）が相手方（使用者）に使用されて労働し、相手方がこれに対して賃金を支払うことを内容とする契約と定義することができる。いずれも一方当事者から指揮命令に従い、「労働に従事」あるいは、「使用されて労働」することが契約内容（債務）となっている。

労働法学上、雇用契約と労働契約の関係性については、主に「同一説」と「峻別説」に大別されてきた古典的論点である。言うまでもないが、同一説⁽¹⁷⁾は、雇用契約と労働契約を同じ概念として捉える考え方であり、それぞれ同じ文言を用いていることや指揮命令の下で労務を提供しているという共通性を理由に主張されてきた。一方、峻別説⁽¹⁸⁾は雇用契約と労働契約を異質な概念として捉える考え方である。その背景には、戦後労働法学において意識されてきた団結権等の権利性を踏まえた労働契約の特殊性や労働の「従属性」（人的従属性と経済的従属性）に重きを置き、労働契約の特性を踏まえ、民法上の雇用契約とは一線を画すべきとされてきた。

こうした論争の結果、結局のところ、民法の現代語化や労働契約法（以下、「労契法」という）制定等によって、同一説が有力となったが⁽¹⁹⁾、判例も雇用契約と労働契約をそれほど意識的に区別することなく判示している傾向にあ

(15) 労基法等の沿革・変遷に鑑みると、元来、取締法規としての性質のある労基法が私法規制に拡大的に及ぶようになり、契約の適正化を目指して判例法理を集積した形で労契法が制定されたものと位置づけられる。

(16) 労働契約は、後述の通り、労働関係法規で用いられる概念であるが、労基法では、第二章「労働契約」という表題はあるものの、明確な定義規定は存しない。

(17) 宮島尚史『労働法学』（青木書店、1964年）56頁以下、下井隆史『労働契約法の理論』（神戸大学研究双刊行会、1985年）3頁以下を参照。

(18) 片岡昇『現代労働法の展開』（岩波書店、1983年）245頁以下や萬井隆令『労働契約締結の法理』（有斐閣、1997年）12頁以下。なお、労働関係法規等の実定法は、峻別説の立場を採っているとする立場として、和田肇「雇用契約と労働契約」日本労働研究雑誌657号74頁。

る。私見としては、こうした論争は、総体としての労働法⁽²⁰⁾にとってはマイルストーン (milestone) としての役割を担ってきたと考える。つまり、民法上の雇用契約との差別化を図ることにより、労働契約の独自性を確保・堅持すること、言い換えれば、労働の「従属性」を前提にして、使用者と労働者との不均衡を是正し、特別法として労働者を保護するために民法規定を修正するものであるから、民法の特則として労働法の存在意義を再確認するための概念であると考えられる。そのため、こうした論争は、労働法の理念を把握するためのマイルストーンの役割に留まる。

なお、後述する通り、いずれの考え方を採ったとしても、法解釈上、それほど影響を及ぼすものではなく、むしろ労基法9条や労契法2条1項の労働者概念の論争⁽²¹⁾に取って代わられている⁽²²⁾。

(3) 労働契約と消費者契約の法律上の概念

続いて、消費者契約に関する概念について確認し、労働契約との共通性・類似性等について見てみよう。

2001 (平成13) 年4月に施行された消費者契約法 (以下、「消契法」という) によると、消費者⁽²³⁾を「個人 (事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。)」と定義 (2条1項) した上で、消費者契約を

(19) 現在の状況として、山川隆一「民法と労働法」『講座労働法の再生第1巻』(日本評論社、2017年) 52頁。

(20) 労働法による法規制 (規整) には、労働契約に関する数多くの判例法理や労働組合法16条に基づく労働組合による団体交渉を経て労働協約締結を通じた労働契約への介入があり、単なる法規制に留まらない点が消費者契約の法規制とは異にする点であろう。

(21) なお、労基法と労契法の労働者概念についても、同一と解する立場 (菅野和夫『労働法』(弘文堂、2017年) 167頁他) と異にする立場 (西谷敏『労働法 (第2版)』(日本評論社、2013年) 47頁) に大別されている。

(22) 労基法上の労働者性の判断基準等に関しては、鎌田耕一「労働基準法の労働者概念」法学新報111巻7・8号59頁以下。なお、労働基準法研究会第一部会「労働基準法の『労働者』の判断基準について」(労働省労働基準局編『労働基準法の問題点と対策の方向』(日本労働協会、1986年) 参照。藤沢労基署長 (大工負傷) 事件・最一小判平成19年6月28日労判940号11頁も参照。

「消費者と事業者との間で締結される契約」と定める（同条3項）。このように消費者契約の定義⁽²⁴⁾は極めて広範であるといえる。なお、「労働契約については、適用しない」と消契法は規定し、労働契約の適用除外を明文化している（48条）⁽²⁵⁾。消契法は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差に鑑み、消費者の利益の擁護を図ることなどを目的としている（1条）。

一方、2008（平成20）年3月に施行された労契法は、労働者を「使用者に使用されて労働し、賃金を支払われる者」と定義（2条1項）するものの、労働契約に関する明文規定はない⁽²⁶⁾。とはいえ、「労働契約は、労働者が使用者に

-
- (23) 講学上、広義の「消費者」とは、消費者法で認められている諸権利や諸利益の主体であって、それは抽象的な「人」概念とは異なった具体的人間として、事業者との関係で「生身の人として生活する者」を意味する（大村敦志『消費者法（第3版）』（有斐閣、2007年）20頁以下。また、消費者が単独で事業者に対して苦情の申入れや出訴等が困難な局面も数多く、そもそも消費者は事業者との社会的関係において孤立した存在（「個」）であることなどから、対事業者との従属性や非対称性を是正するため、消費者団体（「集団」）が存在しているといえよう。なお、消費者団体訴訟制度については、大村敦志「実体法から見た消費者団体訴訟制度」ジュリスト1320号52頁以下が詳しい。
- (24) 消契法以外にも、一部、消費者契約という文言を用いる法律がある。電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特則に関する法律2条1項は、「『電子消費者契約』とは、消費者と事業者との間で電磁的方法により電子計算機の映像面を介して締結される契約」と定めている。ただし、消契法のように労働契約の適用除外を定めていないため、諾成契約の性質を有する労働契約は、電子計算機等によって締結した場合において、労働者が電子計算機を用いて送信した時に電子消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示と異なる内容の意思表示を行う意思があった場合は、無効となる場合があると考えられる（同法3条）。
- (25) 消契法を所管する消費者庁の行政解釈（消費者庁消費者制度課編『逐条解説消費者契約法〔第2版補訂版〕』（商事法務、2015年）470頁）によれば、同条の趣旨について、労働契約なる概念は、労使間の著しい経済的優劣関係とこれによる労働者の隷属状態に着目した労働者保護法規の発展とともに確立されたものであり、自由対等な人間関係を規制する民法の雇用契約とは異なる角度から労使間の契約を把握する特殊な契約類型で、消費者契約に含めるのは妥当ではないと述べている。また、労働契約については、その特殊性に鑑み、既に労基法等の労働法の分野において契約締結過程及び契約条項について民法の特則が定められていることを理由としている旨の解説がなされている。民法の特則としての労働法の位置づけについて適切な解釈であるが、労働契約の性質に関する解釈については、前述の通り、労働法学説における論争を踏まえた概念整理が求められる。
- (26) なお、労働組合法16条や労働審判法1条では、「労働契約」との文言が用いられている。

使用されて労働し、使用者がこれに対して賃金を支払うことについて、労働者及び使用者が合意することによって成立」(6条)することから導けば、労働契約の定義は、「当事者の一方(労働者)が相手方(使用者)に使用されて労働し、相手方がこれに対して賃金を支払うことを内容とする契約」⁽²⁷⁾と考えられる。労契法は、労使間の自主的な交渉の下で、合理的な労働条件の決定等が円滑に行われることを通じ、労働者の保護を図ることを目的としている(1条)。

このように労働契約と消費者契約には、「企業」(法人)対「個人」(自然人)(「使用者」対「労働者」、「事業者」対「消費者」という当事者間において、双方の交渉力や情報の不均衡・格差等の非対称性が存するなど、それぞれにおいて共通点・類似点は数多く存在している⁽²⁸⁾。それらの法規制(規整)の役割を有する労働法も消費者法も互いに民法の特別法であり、また公法的規制と私法的規制を兼ね備える社会法として位置づけられる⁽²⁹⁾。言うなれば労働法や消費者法は、本家である民法から(発展的に)家出をし、「社会的弱者保護」と「社会的従属性からの脱却」を念頭に置きつつ、当事者間に生じる不均衡是正のために、本家の家訓(一般原則)である私的自治の原則から派生する契約自由の原則を破り(修正等を図り)、これまで分家として独自かつ異質・特殊な法体系(法領域)を形成してきた。そのため、労働法学⁽³⁰⁾も消費者法学⁽³¹⁾もそれぞれ民法学の理論を意識しながらも独自の道を歩んできた(歩みつつある)といえる⁽³²⁾。とはいえ、労働法学はマルキシズム労働法学への強い拘泥や戦後

(27) 荒木尚志・菅野和夫・山川隆一『詳説労働契約法』(弘文堂、2008年)65頁。なお、労基法上の労働契約についても定義は明文化されていないが、「使用されて労働し」、「賃金を支払われる」(労基法9条)という関係性があることをもって、基本的には労契法上の労働契約と同一概念と捉えることができる(菅野和夫『労働法(第11版補正版)』(弘文堂、2017年)166頁以下)。

(28) 労働契約と消費者契約との関係性等に関して考察した論稿として、大内伸哉「労働法と消費者契約」ジュリスト1200号90頁以下、中窪裕也「労働契約と消費者契約」別冊ジュリスト200号(消費者法判例百選)11頁がある。なお、民法からのアプローチから各契約にとって共有すべき点があると指摘する論稿として、吉田克己『現代市民社会と民法学』(日本評論社、1999年)160頁。

(29) 前掲注23)著書28頁。

(30) 荒木尚志「労働法の現代的体系」『講座労働法の再生第1巻』(日本評論社、2017年)7頁以下。

(31) 大村敦志「契約と消費者保護」星野英一編『民法講座別巻』(有斐閣、1990年)73頁以下。

労働法学による独自の理論形成⁽³³⁾によって、本家である民法、とりわけ契約法理論の観点からすれば、違和感が生起し、労働法学の孤立化につながった点も否めない。その一方、消費者法学は、昭和30年代後半から生起した消費者問題を解決するために、民法、特に契約法のアプローチから消費者保護の展開を意図し、消費者問題における契約法の原則的な理論に即して、消費者保護の理論展開がなされてきた⁽³⁴⁾。民法の一部改正（債権法改正）に対しても、消費者保護の理念を盛り込み、現代社会の変化を踏まえた影響を及ぼしたといえる。

（４）労働契約と消費者契約の類似点と相違点

既述の通り、労働契約や消費者契約に関する法規制に関して立法化がなされているが、それぞれ類似点と相違点を明らかにしておきたい⁽³⁵⁾。

消契法1条にいう「情報の質及び量並びに交渉力の格差」は、消費者契約のみならず、労働契約にも一致する社会事象である。もっとも労基法2条は「労働条件は、労働者と使用者が、対等の立場において決定すべき」と定めつつ、使用者と労働者間に交渉力や情報の不均衡・格差等の存在を前提にして、「労働者が人たるに値する生活を営むための必要を充たすべきものでなければならない」（同法1条）とする。労働契約の特性を見ると、使用者による事実上の優位的支配力や企業秩序維持の下で、その多くが長期間契約（継続的債権債

(32) 労働法学は、創成期においては「労働」の特質から及ぶ「契約法からの脱却」を念頭に置き、公法と私法関係論（孫田秀春教授、吾妻光俊教授）を展開したが、多くは私法アプローチ（沼田稲次郎教授、野村平爾教授、後藤清教授）の研究であった。一方、消費者法学は、経済法、とりわけ独占禁止法や行政法等からの公法アプローチ（正田彬教授や今村成和教授等）から私法アプローチ（北川善太郎教授や松本恒雄教授）へ展開してきた歴史的経緯がある。

(33) 労働法の学問的生成と発展については、西谷敏「労働法学」日本労働研究雑誌第621号62頁以下。また、蓼沼謙一『戦後労働法学の思い出』（労働開発研究会、2010年）を参照。なお、石井保雄「戦前・戦中期における後藤清の社会法学：時代の伴走者の記録」獨協法学99号25頁以下参照。

(34) 例えば、約款規制に関して消費者保護のアプローチに基づき論じたものとして、河上正二『約款規制の法理』（有斐閣、1988年）。

(35) 各契約に関する立法論を具体的に検討した論稿として、村山淳子「消費者契約法と労働契約法」早稲田法学91巻3号137頁以下がある。

務)の関係にある⁽³⁶⁾。1944(昭和19)年の国際労働機関(International Labour Organization)によるフィラデルフィア宣言においても確認されている「労働は単なる商品にあらず」(labour is not a commodity)の原則からしても、消費者契約と異なり、契約締結前(過程)の格差はもちろん、契約締結後においても生身の人間による労働者が使用者によって指揮命令権の行使を受け、企業規律や秩序の中で労働時間として拘束される関係に基づくからこそ、様々な格差が生じやすい契約関係にあるとあってよい。また、在職中の労働者の安全衛生やプライバシーの保護といった人格的利益をも保護対象としなければならない点が消費者契約と比較して決定的な相違点としてあげられよう。さらに、労働契約は指揮命令権に基づく拘束下(労働時間)にない場合でも、使用従属関係や人的関係の密接性が高いことなどから、職業生活が家庭生活と不可分な関係にあることも特徴的である。事業場や労務から解放された休日、休憩時間であったとしても、労働者は生身の人間であるからこそ、労働義務が生じない場合であっても思考を明確に分離することは困難であろう⁽³⁷⁾。

一方、労働から解放(あるいは労働義務の免除)された労働者が、消費行動を行うことによって消費者に変身し、事業者と消費者契約を締結する当事者となる。売買契約や運送契約のような単発的(短期間)契約はもちろんのこと、通信サービス利用契約や割賦販売契約のような長期間契約の場合もあり、消費

(36) しかし、言うまでもなく、消費者契約についても長期間契約は存在する。一例として、特定商取引に関する法律(以下、「特商法」という)に基づき、長期・継続的な役務の提供とこれに対する高額の対価を約する取引である特定継続的役務提供や、個人を販売員として勧誘し、更にその個人に次の販売員の勧誘をさせ、販売組織を連鎖的に拡大して行う商品・役務の取引である連鎖販売取引が長期間契約に該当する。

(37) 政府は、平成26年11月に施行された「過労死等防止対策推進法」に基づき、「過労死等の防止のための対策に関する大綱」(平成27年7月24日閣議決定)が定められるなど、長時間労働対策の強化を加速している。これに加え、年次有給休暇はもとより、業務休暇(サバティカル)や育児・介護休暇制度を複合的に組み合わせ、肉体的・精神的に労働から解放させる諸制度の構築が急務であると考え。職業生活と家庭生活の調和(ワークライフバランス)を達成するためには、ドラスティックではあるが、こうした観点からの労働義務の免除制度を具体的に検討する余地がある(労契法3条3項参照)。

者契約は多種多様であって無限かつ広範に存する。また、消費者契約は労務（労働）の提供に関連する契約も数多く存する。例えば、特商法上の連鎖販売取引（33条）⁽³⁸⁾や業務提供誘引販売取引（51条）⁽³⁹⁾のように、会員の獲得に向けての行動したり、業務の提供（業務に関連する商品購入）をもって特定利益が得られると誘引するなどして、金銭負担を負わせる消費者契約もある。この点、契約の性質決定の問題とも関わるが、こうした契約は準委任契約として役務提供契約⁽⁴⁰⁾の外観を呈するものの、その実態は雇用（労働）関係の性質も有する重層的な契約でもある。消費者契約は詐欺的な契約も含め、契約の法的拘束からの解放、言い換えれば契約内容や業務提供の強制からの解放がメインテーマとなるのである。

したがって、消費者契約は、一般的に契約締結前（過程）、つまり、契約の入口において事業者からの情報量の過不足や誤認・困惑などによって、真意ではない契約を締結する危険性が高いといえる。もっとも労働契約締結前の段階においても、後記の通り、求人票と実際の労働条件との不一致をはじめとした労働条件の明示に関する論点が存している。

こうした各契約の共通点や類似点、また相違点に加えて、労働契約に翻れば、労働法は労働者の雇用の継続（存続）の維持機能を併せ持っている。つまり、労働契約の終了、特に解雇については、客観的に合理的な理由を欠き、社

(38) いわゆるマルチ商法であるが、商品販売によって組織拡大を図るために、新たな販売員の勧誘をさせる行為は労務提供に該当すると評価できる。

(39) 後述する通り、例えば、10代・20代の女性を中心として、街頭やソーシャルネットワーキングサービス（SNS：Social Networking Service）等によりタレントやモデルの勧誘（スカウト）を受けたり、最近では芸能事務所とタレント、モデルの契約を結んだ女性が、事務所からアダルトビデオへの出演を強く勧められ、これを拒否した場合には多額の違約金を請求される事案がある。仮に労基法上の労働者性が認められないとしても、特商法上の業務提供誘引販売や消費者契約法上の不実告知に該当する可能性があるといえる。結局のところ、こうした事例も労務提供を目的とした契約と評価できる。

(40) 役務提供契約の特徴等については、中田裕康『契約法』（有斐閣、2017年）487頁以下。なお、連鎖販売取引や業務提供誘引販売取引の実態を調査し、労働契約的要素の有無を含めて、法的保護のあり方を実証的に考察する必要がある。

会通念上相当であると認められない場合は、解雇権濫用として位置づけて無効とされる（労契法16条）。他方、消費者契約については、一般的には事業者からの不当な解除の申し入れを行うことは多くはないが⁽⁴¹⁾、労働法はこうした規定等に基づき、労働契約の一方的・強制的離脱である不当な解雇から労働者を保護する機能を有している。

また、契約内容（労働条件）の変更に関しては、例えば、生命保険契約における転換契約等のように消費者契約においても存するが、労働契約では就業規則の一方的不利益変更の問題として長年にわたって論議されてきた。労契法は、「就業規則の変更に係る事情に照らして合理的」であれば「労働契約の内容である労働条件は、当該変更後の就業規則に定めるところによる」（10条）と規定し、「合理性」の基準を定立し、合意原則に基づいた包括的・画一的な労働条件決定システムを是認している⁽⁴²⁾。この点、消費者法学や民法学においては、消費者契約における契約内容の多くが約款によるところが大きいため、約款規制論⁽⁴³⁾を展開し、消契法では消費者の利益を一方的に害する条項を無効とする（10条）。

また、消契法は消費者が支払う損害賠償額を予定する条項等を無効（9条）と定めるが、労基法も労働契約の不履行に関して違約金を定め、又は損害賠償額の予定をする契約締結を禁止している（16条）。この点、消契法は「商品等」の受け手である消費者が、事業者に対する損害賠償請求権の制限を規制するものである一方、労基法は「労働（労務）」の受け手である使用者が労働者に対する損害賠償請求権を制限している。契約自由の原則に基づいて、民法上、債務不履行に関する違約金の定めや賠償額の予定は許容されているところ

(41) ただし、多数のクレームをつける消費者に対して、事業者側が債務不存在確認訴訟を提起する事例も少なからず存在する。また、アメリカの SLAPP（Strategic Lawsuit Against Public Participation）訴訟（恫喝訴訟）のように、事業者側が損害賠償請求訴訟を出訴することにより、消費者側の反対意見の表明等を封じることがも想定される。

(42) なお、周知手続を欠く場合の法的効力について、フジ興産事件・最二小判平成15年10月10日労働判861号5頁を参照。

(43) 詳しくは、前掲注34) 著書を参照。

(420条)、こうした規定は特別法としての役割を顕著に示したものといえよう。もちろん立法趣旨に基づいた双方の差異はあるものの、消費者契約や労働契約の実態を鑑みて、消費者が不当な金銭的出捐を強いられることのないよう、あるいは、労働者が不当に身分を拘束させられ退職の自由を奪取されることのないよう、消費者や労働者にとって「将来に向けての不利益」を除去するという法理念は共通していると考えられる。

すなわち、労契法と消契法は、それぞれが規制する契約の明確化と適正化を共通目的に添えて、各契約の特質と独自性を保ちつつ、民法（契約法）上の理論とはさまの中で、また、民法の一部改正（債権法改正）⁽⁴⁴⁾の影響を受けながらも、生活者の保護立法としての意義や役割を貫徹しようとしているのである。

上述の通り、労働契約と消費者契約は立法上、類似点も散見される一方、相違点も存する。以下では、各契約に関して、具体的にどのような法的規制が定められているか、紙幅の関係上、契約締結過程（契約の「入口」に関する法的規制）と役務提供に関する契約をめぐる労働法と消費者法の「すき間」（「曖昧な契約関係」）事案の検討に焦点化して具体的に考察することにする。

Ⅲ 労働契約と消費者契約の契約締結過程をめぐる法規制、労働法と消費者法のすき間（「曖昧な契約関係」）事案の考察

（１）契約に向けての誘引行為・方法、契約締結前の契約内容形成に関する情報提供・説明に関する法規制

労働契約であっても消費者契約であっても、当事者間が実質的に対等な立場で交渉し、合意（契約締結）に至ることが法律上、求められ、また望ましい姿でもある。しかし、前述の通り、現実的には情報や交渉力の格差が顕著に表れている中で、労働者や消費者が自己の判断による適切な選択を可能とするため

(44) 中田裕康他『講義債権法改正』（商事法務、2017年）。なお、民法の一部を改正する法律（債権法改正）については、法務省民事局ホームページ（http://www.moj.go.jp/MINJI/minji06_001070000.html）を参照。

の契約内容の明確化と適正化は不可欠である。特に、契約締結に至るまでの募集・勧誘行為や情報提供・説明行為は重要な位置を占めている。

労働契約では、募集者が求人募集する場合、職業安定法（以下、「職安法」という）は応募者への労働条件明示義務を課しており（5条の3）、その際、平易な表現を用いることなど、的確な表示に努めなければならない旨を規定する（42条）。また、労基法は使用者が労働契約締結にあたって労働者に対して、賃金や労働時間等の労働条件を明示する義務を課している（15条）⁽⁴⁵⁾。さらに、労契法は使用者が労働者に提示する労働条件及び労働契約の内容について労働者の理解を深めるようにし、労働契約の内容はできる限り書面により確認することを求めている（4条）。このように労働契約締結に至る過程での法規制は違反に対する制裁が脆弱であるといえる。つまり、努力義務規定が多く、あくまで自律的な当事者合意に委ねられていることなどから、必ずしも法規制が実効的であるとは言い難い⁽⁴⁶⁾。

他方、消契法は、事業者は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配慮することや、勧誘する場合に消費者の理解を深めるため、消費者契約の内容についての必要な情報を提供する努力義務が定められている（3条）。また、事業者の不当な勧誘行為によって消費者が誤認（不実告知・不利益事実の不告知・断定的判断の提供）や困惑（不退去・退去妨害）した場合には、消費者は契約の取消が可能と規定している（4条、9条等）。この点、消費者契約に至る過程での法規制は、消契法により情報提供義務⁽⁴⁷⁾を明

(45) 求人広告記載と異なる取扱いが行われたことが争われた事件として、日新火災海上保険事件・東京高判平成12年4月19日労判787号35頁。なお、パートタイム労働者に対しては、短時間労働者の雇用管理の改善等に関する法律6条に基づき、労働条件に関する明示（文書交付）義務がある。

(46) なお、使用者が雇用を実現し雇用を続けることができるよう配慮する注意義務や雇用の実現、継続に関する客観的な事情を説明する義務（雇用の実現・継続に関する注意義務・説明義務）を認めた判例がある（わいわいランド（解雇）事件・大阪高判平成13年3月6日労判818号73頁）。労働契約締結過程における契約内容の理解の相違が争点となった事例としては、ユナイテッド航空事件・東京地判平成12年4月28日労判788号39頁を参照。

文で定め、不当な勧誘行為や一方的に不利な契約条項を無効（9条）⁽⁴⁸⁾とするなど、実効的な法規制によって実質的な対等性を確保しようとしている⁽⁴⁹⁾。

これに加え、特商法は行政規制（氏名等の明示の義務付け、不当な勧誘行為の禁止、広告規制、書面交付義務）や民事的効果（クーリング・オフ⁽⁵⁰⁾、意思表示の取消、損害賠償等の額の制限）に関する規定も存しており、個別法においても実効性確保を補完しているといえよう。

なお、付言しておくとして、近時の判例によれば、消契法上の「勧誘」の解釈について、事業者が新聞広告により不特定多数の消費者に向けて働きかけを行う場合は、「個別の消費者の意思形成に直接影響を与えることもあり得るから・・・『勧誘』に当たらないとしてその適用対象から一律に除外することは・・・法の趣旨目的に照らし相当とはいえない」と判示し、不特定多数の消費者が目にする広告も「勧誘」に該当するとの余地を明示し、消費者契約に至る過程での法規制の射程が広範になる傾向を示しているといえる⁽⁵¹⁾。

その一方、契約締結過程において情報過多によって消費者や労働者の選択に過誤を生ぜしめる可能性が高まるとの経済学からの分析⁽⁵²⁾もなされてきている。当事者の属性を踏まえた情報提供の質と量の適切性に関する実証的分析が

(47) とはいえ、例えば、大学において事前に説明された教育内容が一部未実施であっても、授業内容への大学側の裁量を広く認め、授業内容の変更で不法行為が認められるのは社会通念上認められない場合に限るとした事例もある（大阪地判平成26年3月24日判時2240号102頁）。なお、消費者契約をめぐる情報提供義務に関する理論的状况については、宮下修一『消費者保護と私法理論』（信山社、2006年）が詳しい。

(48) なお、労基法16条は金額等にかかわらず、損害賠償の予約を禁止し、刑罰規定も併せて規定している（119条1号）。

(49) とりわけ消費者契約では、真意でない消費者契約の離脱の観点から、勧誘（入口）段階の規制が強化されている。事業者による販売勧誘活動のあり方を焦点として、例えば、再勧誘の禁止（特商法17条）や保険募集の際の情報提供義務・意向把握義務などの保険募集に係る基本的ルールの創設、代理店監督体制（以上、保険業法等）、表示・広告規制（不当景品類及び不当表示防止法、食品表示法等）、バラエティに富む数多くの勧誘（入口）段階の規制が設けられている。

(50) 学習塾の書面交付義務とクーリング・オフに関しては、東京地判平成26年11月21日判例集未登載を参照。

(51) クロレラチラシ配布差止等請求事件・最三小判平成29年1月24日民集71巻1号1頁。

待たれる。

ところで、先述の通り、消契法は形式上、労働契約には適用されない(48条)とはいえ、類推適用することを否定する理由はない⁽⁵³⁾。したがって、労働契約の特質に鑑みれば、信義則上、労働契約の付随義務として情報提供義務や適切な説明義務が課されるものと解する⁽⁵⁴⁾。こうしたことから、使用者は、労働契約締結の際の労働条件明示にあたって、労働者に十分な情報を提供して丁寧に説明することを求められ、契約内容も明確かつ平易であることが要求される。つまり、労働契約の締結にあたって必要な情報が不足していたり、事実と異なる情報が提供された場合には、労働者は即時に解除できる(労基法15条2項)と解する。そして、契約の存続の観点から、使用者による説明が不十分であったり、労働者にとって不利な条項については、その部分について実質的な合意は成立しなかったものと扱われるべきである。

(2) 「事業者」「消費者」「労働者」の境目(法適用の「すき間」)に関する法規制

消契法上の消費者が、契約当事者として同法上の事業者や労基法・労契法上の労働者の法的概念と近接・接触することは少なくないといえよう。つまり、消費者が労働者概念と重複したり、同一視できる場合、あるいは消費者が個人事業主として事業者として位置づけられる場合が考えられる。例えば、投資目的での不動産売買や業務に供する目的で締結した賃貸借等のように、個人事業者の消費者概念⁽⁵⁵⁾、また、特商法上の連鎖販売取引(33条)、業務提供誘引販

(52) 新山陽子(立命館大学教授)の研究によると、消費者に対する事業者からの情報過多によって合理的判断を阻害し、選好手段に変化が及んでいると経済学的に分析している(平成29年度日本保険学会全国大会報告)。なお、シカゴ大学のリチャード・セイラー教授をはじめとした行動経済学者の消費者行動の研究も参考にすることがあろう。See, Thaler, Richard H., and Cass Sunstein, *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*, Yale University Press (2008).

(53) 西谷敏・根本到編『労働契約と法』(旬報社、2010年)13頁。

(54) 唐津博『労働契約と労働条件の決定・変更』『講座21世紀の労働法3巻労働条件の決定と変更』(有斐閣、2000年)59頁。

売取引（51条）の役務提供がなされる契約（取引）については、交錯的であるがゆえに、各法適用の「すき間」に陥る者であると評価できる。委託型業者や契約労働者と同様、こうした実質的な局面において不均衡・格差が生じている者への法的保護のあり方は、労働法をはじめとした消費者法領域以外の関連領域との具体的議論が急務である。

そうしたトピカルな事例として、社会問題化している、いわゆるアダルトビデオ出演強要問題・「JK ビジネス」問題（以下、「AV 出演問題」といい、アダルトビデオ出演を「AV 出演」という）⁽⁵⁶⁾に焦点化して、以下では若干の管見を述べたいと思う。

AV 出演問題に関する法的論点は、AV 出演者の契約からの離脱（法的保護）を第一義的目的として、AV 出演者が労働者保護法規における「労働者」に該当するか、それとも、消費者保護法規における「消費者」に該当するか、という各法規の保護適用対象可能性に収斂される。すなわち、前者に該当する場合、労基法62条⁽⁵⁷⁾、年少者労働基準規則8条45号⁽⁵⁸⁾、同規則9条2号⁽⁵⁹⁾、職安法63条2号⁽⁶⁰⁾、労働者派遣事業の適正な運営の確保及び派遣労働者の保護等に

(55) 前掲注23) 著書37頁以下及び谷本圭子「民法上の『人』と『消費者』」石田喜久夫先生古希記念『民法学の課題と展望』（成文堂、2000年）73頁以下を参照。

(56) 政府の取り組み等に関して、内閣府男女共同参画局（いわゆるアダルトビデオ出演強要問題・「JK ビジネス」問題等に関する関係府省対策会議）平成29年5月19日「いわゆるアダルトビデオ出演強要問題・「JK ビジネス」問題等に関する関係府省対策会議決定」等を参照（<http://www.gender.go.jp/kaigi/sonota/avjkkai.html>）。なお、この問題は、民法上は未成年者取消権（5条）を行使すべき事案が多いといえる。

(57) 年少者の危険有害業務の就業制限について規定されている。

(58) 年少者につき、特殊の遊興的接客業における業務を禁止している。

(59) 児童につき、戸々について、又は道路その他これに準ずる場所において、歌謡、遊芸その他の演技を行う業務を労働基準監督署長は許可してはならない旨規定されている。

(60) 公衆衛生又は公衆道徳上有害な業務に就かせる目的で、職業紹介、労働者の募集若しくは労働者の供給を行った者又はこれらに従事した者について罰則をもって禁じている。東京地判平成8年11月26日判例集未登載を参照。なお、スカウト（ヘッドハンティング）行為は、職業安定法にいう職業紹介における斡旋に該当するとした判例がある（エグゼクティブ・サーチ事件・最二小判平成6年4月22日民集48巻3号944頁）。

関する法律（以下、「労働者派遣法」という）58条⁽⁶¹⁾等の適用が考えられる。こうした保護規定の多くは出演者（求職者）の募集（入口）段階での法的規制であり、誘引行為の悪質性に関わらず、AV出演が有害業務として位置づけられ、これを規制するものである。

以上まとめると、労働法の観点からすれば、AV出演を業として行う場合（個人事業主）はともかく、就労実態等を踏まえて、労基法上の労働者に該当する可能性もあるが、AV出演問題の根本には、年少者や女性の人格・母体の保護にあることなどから、契約からの離脱を念頭にして、出演者の募集段階において厳格な法規制がなされることになる⁽⁶²⁾。

他方、後者に該当する場合、AV出演に関する勧誘を特定商取引法の規制対象となる訪問販売（キャッチセールス商法）⁽⁶³⁾と同種の勧誘方法と考えられる。消契法において、AV出演に関する勧誘が不実告知や重要事項の故意の不告知、あるいは退去を妨害されるなど、不当な勧誘に該当する場合は、同法4条に基づき、消費者契約の取消が可能である。また、不当な契約条項、つまり一方的に不利な損害賠償・違約金を定める契約条項の場合は、同法8条乃至10条に基づいて無効となると考えられる。

なお、特定商取引法6条は勧誘目的を告げない誘引方法により勧誘を行うことを禁止し、同法9条により民事的効果として契約の申込の撤回または契約の解除（クーリング・オフ制度）を規定しているが、AV出演問題については直接の法適用はできない。とはいえ、立法趣旨から類推適用の可能性は指摘して

(61) 公衆衛生又は公衆道徳上有害な業務に就かせる目的で労働者派遣をすることが罰則をもって禁じている。東京地判平成6年3月7日判例集未登載を参照。

(62) もっとも労契法に基づく合意原則（3条）や安全配慮義務（5条）等の適用可否の問題は存在する。また、出演した作品が市場に出回り回収不可能であることや、損害賠償・違約金の定め、契約上の問題も存することを指摘しておく。

(63) キャッチセールス商法は、一般的に、駅前や繁華街等の路上において「アンケートに答えてほしい」、「近くで絵画の展示会をしているから見ていかないか」等と声を掛け、販売目的を隠して近づき、喫茶店や営業所等に連れて行き、高額な商品等を契約させる販売方法をいう。しかし、AV出演問題は、商品や権利の販売又は役務の提供を行う契約をする取引ではなく、出演者が役務提供することで報酬を得るものであるから訪問販売には該当しないと考えられる。

おきたい。

以上まとめると、勧誘の実態等を踏まえて、消契法上の消費者に該当する可能性が高いものの、商品等の受け手である消費者としての該当性には疑義が生じる。消費者法の観点からすれば、AV出演問題の根本には、契約目的を虚偽あるいは隠匿して勧誘することにあることなどから、労働法と同様、契約からの離脱を念頭にして、出演者の勧誘段階において消費者契約とは異質である出演契約の性質決定を踏まえた厳格な法規制が求められる。

このように「すき間」(「曖昧な契約関係」)事案においては、現在のところ、実効的な法規制は存しないことなどから、当事者間の交渉力等の相違を起因に生起することによって利益を害する役務提供(型)契約を対象とした独自の立法規制が待たれる⁽⁶⁴⁾。

IV むすびに

本稿では、雇用契約と労働契約、消費者契約の法的性質を比較考察し、特に契約締結過程における法規制を中心に、近時の社会的事例を踏まえながら、総論的ではあるが具体的に検討を深めた。

労働法や消費者法は、いずれも民法の特別法として「生活者」の保護法の特質に基づき、目まぐるしく変化する労働問題や消費者問題にそれぞれ対応し、社会的弱者の保護のために存在してきた。しかし、民法(債権法)改正を通して、私的自治に基づいた、当事者による「同意」や「自己決定」を重視する傾向によって、労働契約や消費者契約の民法(契約法理論)上の契約原則への回帰とこれに対する順応が迫られると考える。最近の立法を見ると、使用者や事業者による自主的な取り組みに委ねられることが多い、労働法や消費者法がそれぞれ連携・協働し、生活者のための複合的な応用法領域(生活者法)として、従来の民法における契約法理論を踏まえつつ、個人や国家、そして社会をどう見つめ直していくかという大局的な見地が、今後はこれまで以上に必要と

(64) 役務提供契約に関する民法(債権法)改正の検討については、前掲注19)論文66頁以下参照。

なるのではなからうか。

労働契約と消費者契約の契約締結過程における法規制をめぐって裁判例の具体的考察や諸外国の法制度との比較検討、契約内容形成に至るまでの交渉に関する法規制⁽⁶⁵⁾、また、契約関係（前後）からの離脱に関する法規制の検討、さらに、労働組合や消費者団体による集団的な契約内容（条件）規整、労働審判制度や消費者団体訴訟制度⁽⁶⁶⁾等の紛争解決の在り方等の検討については、紙幅の関係上、叶わなかった。この点、筆者の残された今後の課題として、擱筆としたい。

〔付記〕

本稿は、科学研究費補助金（JSPS 科研費）（若手研究（B）：17K13662）の助成を受けた研究成果の一部である。

—ひの しょうご・淑徳大学コミュニティ政策学部准教授—

(65) 例えば、消費者法、特に生命保険契約をめぐる法規制において、事業者は適合性の原則、不明確準則、不意打ち条項規制、作成者不利の原則、書面交付義務等が課せられており、その他、誠実交渉義務、要求応答義務等も是認されている。就業規則論や非正規雇用労働者待遇（同一労働同一賃金）等、労働法において類推あるいは参考となる理論（法理）も数多いといえる。

(66) 適格消費者団体は、消契法に基づき、景品表示法、特商法、食品表示法に関する不当表示や不当条項等の差止が可能である他、消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律に基づき、事業者が、相当多数の消費者に対して、消費者に共通する事実上及び法律上の原因に基づき、金銭を支払う義務を負うべきことの確認（共通義務確認）を経た上で、消費者の債権を個別に確定が可能となったことは特筆に値しよう。詳しくは、伊藤真『消費者裁判手続特例法』（商事法務、2016年）参照。