

契約法

中田裕康

2017年9月発売/646頁/本体4800円+税
A5判/上製



詳細を見る



編集
担当者
から

文字どおり、待望・信頼の、契約法の体系書です。第一人者の著者の手になるこの本が、今後学界でも実務でも重要な役割をもつことは間違いありません。

では、学習上は……？ もちろん、そこでも確かな支えとなる一冊です。明瞭な整理と言葉づかいが、精確な理解を導いてくれます。また、本文の合間に、わかりやすい説明や補足を加える「●」印の欄が設けられ、契約法を初めて学ぶ読者への配慮もなされています。

本書には、今年成立した“債権法改正”も、もちろん織り込まれています。とはいえ、改正内容の解説だけに的をしぼったものではありません。現行法の規律やその趣旨、これまでの学説・判例・実務の蓄積——今回の改正はそれらの基礎の上に連なるものであり、そして、さらなる展開が期されるものでもあります。本書は、そうした大きな流れを描きつつ、契約法の規律のありようを眼前に広げてくれる一冊でもあります。

「契約法はおもしろい」。本書の「はしがき」の冒頭でもあらわされた著者のこの想いが、読者の皆さまにも伝わることを願っています。(三宅)

Point!

P

より発展的な内容を検討する「▶」印の欄も設けられ、それぞれに合った読み方ができます。

第2章 契約の成立

① 申込み

(4) 申込みと申込みの誘引

現行民法には契約の申込みについての定義はないが、新法はこれを規定する。実質的には現行法のもとで理解できたことを確認し、明文化するものである。

申込みとは、「契約の内容を示してその締結を申し入れる意思表示」である(新522条1項、国際売買約14条、UP212、PECLZ2301(1)、DCFR II 4:201(1)、CESL 31参照)。特定の人に対するものでも、不特定の人に対するものもよい。2つのポイントがある。

第1は、内容の確定性である。「契約の内容を示して」する締結の申入れであり、相手方の承諾があれば直ちに契約が成立する程度にまで内容が確定している必要がある。もっとも、すべての内容が明示されている必要はなく、契約の解釈、任意規定、慣習などによって明確化ないし補充されるのであれば、かまわない。

第2は、表意者の拘束される意思である。契約の内容を示して「その締結を申し入れる」とは、相手方が承諾すればその契約が成立してよい、つまり相手方の承諾を表意者が拘束される、という意思の表明である。これに対し、相手方が応じる旨を表明しても直ちに契約が成立するのではなく、表意者がその人と契約するか否かの自由を留保している場合や、当事者間さらに協議されることを予定している場合は、当初の申入れは申込みとはいえない。

これらの要素を欠く申入れであって、単に相手に申込みをせよと誘う行為は、申込みの誘引という「誘因(incentive)」ではなく「誘引(invitation)」である。

● 実務商店が帳目を表示して商品を陳列しているは、買入人がいわばその帳目で見るという意思表示であり、申込みである。客が「これを下さい」と言えばそれで契約は成立する。店員が「ありがとうございます」と言っても、それは事実上の応答にすぎない。これに対し、その実務商店が求人広告の掲載をした場合、それを見た人が応募したかといふ直ちに契約が成立するわけではない。求人広告が申込みの誘引であり、それに対する応募が申込みであり、採用するという回答が承諾である。

申込みと申込みの誘引との区別は、申入れの法的性質決定の問題である。そ

78

第2節 契約の成立にいたる時間的流れ

の申入れが、相手方の承諾さえあれば、それで契約が成立する、という意思表示と認められるものであれば申込みであり、申入れをした者になお承諾の余地があると解すべきときは、申込みの誘引である。具体的な判断要素としては、次のものが考えられる(国際売買約14条参照)。

① 相手方の特定性。その申入れが、② 特定の人に向けられたものか、③ 不特定の人に向けられたものか。②は③よりも申込みとされる可能性が高い。③の場合、契約の相手方の個性が重要か否かが問題となり、相手が進でもよい場合は申込み、相手方の個性が重要である場合は申込みの誘引とされる可能性が高い。

② 内容の具体性。契約内容が具体的に特定されている場合は、申込みとされる可能性が高い。

③ その取引における慣行や地域の慣習。これは、内容の確定性を補充するというだけでなく、表意者の拘束される意思の有無の評価にも影響する。

④ その申入れにおいて申込みとする旨の明示的な表示があれば、それは原則として尊重される。これは表意者の拘束される意思の問題である。

このように申込みか申込みの誘引かは、個別具体的に判断される。「正しつぎの商品の陳列」を原則として申込みと解する(我上57頁、星野27頁)。申込みの誘引と解するか(道順1・新販規13(4)47頁)の相違は、想定する店舗や商品の陳列を反映しているであろう。

■ 通信販売及びインターネット・ショッピング 上記の③の要素に関連する問題として、通信販売やインターネット・ショッピングによる取引がある。通信販売について、特定商取引法2条2項は、顧客の注文を申込みと位置づける(商品の内容・価格が明記されたカタログを配布しても、それは申込みの誘引にすぎない)。しかし、これは顧客の理解とは異なることもある(平井146頁参照)。ここでの問題は、④顧客の注文書が業者が届かなくなった場合の契約の成立、⑤多数の顧客から注文を受けた業者が対応できない場合の債務不履行の成立である。カタログ配布が申込みであり、顧客の注文が承諾とすると、次のようになる。③については、現行法のもとでは、顧客が注文書を送った時点で契約が成立し(528条1項)、それが業者が届かなかった場合も、業者は法的上の債務を負うことになるが、新法のもとでは、顧

2) 判例は「インターネット取引——消費者が行うインターネットによる商品の購入契約」野村豊弘編著『二重契約型契約法の最新研究』(2006)343頁、内田31頁。

79