

内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会 「中間取りまとめ」に対する意見書

内閣府消費者委員会 御中

2015年（平成27年）9月18日
福岡県弁護士会
会長 齊藤芳朗

内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会（以下「専門調査会」という。）が2015年8月7日に決定した「中間取りまとめ」に関して、当会は、以下のとおり意見を述べる。

第1 見直しの検討を行う際の視点

【意見】

- 1 消費者契約法（以下「本法」という。）の私法実体規定は、もともと制定過程において提唱されていた第16次国民生活審議会消費者政策部会中間報告等に比して縮小した内容で制定された経緯がある。そのため、本法制定時の衆議院商工委員会及び参議院経済・産業委員会の附帯決議では、施行後の状況について分析・検討を行い、5年を目途に見直しを含めた措置を講ずることとされていた。
- 2 本法の施行後も消費者契約被害の発生は後を絶っておらず、現在もその被害の実情は深刻かつ多数である。特に我が国の消費者を取り巻く環境は、高齢化の進行、高度情報通信社会の進展とインターネットを使った消費者取引の拡大、消費生活におけるグローバル化の進展など本法制定後に大きく変化している。商品・サービスの多様化・複雑化を背景に、新たな消費者トラブルが多数発生し、消費者被害の内容も変化してきている。これら現在の消費者契約被害の実情、本法制定後の社会・経済状況の変化に適合した内容に本法の私法実体規定を改正することは極めて重要な立法課題である。
- 3 本法制定後の法制度や裁判例や議論の進展等を踏まえた法改正の検討が必要な具体的な論点については、内閣府消費者委員会が、1年半にもわたる検討作業の末に、2013年（平成25年）8月、『消費者契約法に関する調査作業チーム』論点整理の報告」として公表している。

また、法改正の立法事実となり得る裁判事例、和解事例、相談事例などの具体的な消費者契約トラブルの実情については、消費者庁が、2012年（平成24年）6月、「平成23年度消費者契約法（実体法部分）の運用状況に関する調査結果報告」を公表するとともに、2014年（平成26年）10月、「消費者契約法の運用状況に関する検討会報告書」を公表している。

このように法改正の前提となる議論状況の整理や立法事実となり得る事実の調査作業は既に十分になされており、これらの準備作業の結果を前提に、現在の消費者契約被害の実情に適合した私法実体規定に現行法の内容を改正することは急務である。

4 本法の見直しの検討を行う際の視点としては、何よりも本法が「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かんがみ」「消費者の利益の擁護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする」ことを目的とした法律であること（第1条）が重視されなければならない。

すなわち、第一義的に重視されるべきは、本法の立法目的に規定されている「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」の是正であり、「消費者の利益の擁護」である。この点、事業者の適切な事業活動に対する配慮は必要であるが、消費者契約被害を招来するような事業者の不適切な事業活動は上記のような「消費者の利益擁護」の要請に反するものであって保護の必要がない。本法が目的とする「国民経済の健全な発展」は「消費者の利益擁護」がなされている公正な取引環境の中で実現されていくべきものである。

5 また、上述のような情報化、高齢化といった本法制定後の社会・経済状況の変化、現在の消費者契約被害の実情、本法制定後の法制度や裁判例や議論の進展等に適合した法改正でなければならない。

6 さらに、今回の法改正では検討時間との関係で今後の継続検討課題とせざるをえない論点があるとしても、近い時期における法改正が検討・実現されなければならない。

日本弁護士連合会は、2014年（平成26年）7月17日、消費者契約被害の現状、本法の施行状況や裁判例の蓄積、本法をめぐる国内外の議論の進展等を踏まえ、法廷・交渉・相談といった現場において日々消費者被害の救済にあたっている法律実務家の視点から見たあるべき消費者契約に関する包括的民事ルールの具体的内容を呈示するという観点から、「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」（以下「日弁連改正試案」という。）を公表している。あらためて上記立法提言のような法改正の早期実現を求めるものである。

第2 総則

1 「消費者」概念の在り方（法第2条第1項）

（「中間取りまとめ」）

「消費者」概念の在り方については、法の適用の前提となるものであり、その範囲を明確に定める必要がある中で、問題となる場合においても、基本的には、法の適切な解釈・適用により相応に対処できるものと考えられる。他方で、実質的には消費者の集合体にすぎない団体と事業者との間の契約のうち、現行法を形式的に適用すると事業者間契約となるが、実質的には消費者契約とみるべき場合に関しては、法を適用することを可能とする観点から、法を改正して「消費者」概念を拡張することも考えられる。この点については、明確な基準が設定できるかどうかを含めて引き続き検討すべきである。なお、裁判例を逐条解説等で紹介するなど、法の適切な解釈・適用に資する取組を進めることも重要である。

【意見】

1 消費者庁の逐条解説を改訂し、以下のような諸事例に本法の適用があることを明確にすべきである。

- (1) 事業者の不当勧誘行為によって締結された契約によって消費者が事業者性を具備した事例
- (2) 事業者の不当勧誘行為の相手方である個人に事業の実体が無いという事例
- (3) 形式的には事業者と団体との契約であっても、実質的には事業者と多数の消費者との消費者契約（の集まり）であると評価できる事例

2 近い時期の法改正において、以下の規定を設けるべきである。

- (1) 自己の事業に直接関連しない取引を行うために契約の当事者となる場合には本法の適用があること
- (2) 形式的には事業者に該当する場合であっても、個別具体的な事情によっては本法の消費者保護規定が準用されうること

【理由】

- 1 本法の目的は、消費者と事業者との間の情報・交渉力格差に鑑み、消費者の利益の擁護を図ること等にある（第1条）。本法第2条第1項が定める「(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。）」という除外規定は、本法の保護を及ぼして然るべき消費者を本法の適用対象から除外してしまわないよう解釈・運用される必要がある。
- 2 この点、第1に、一般消費者が事業者による不実告知等の不当勧誘行為によって収益不動産の購入を契約してしまった場合など、事業者の不当勧誘行為によって事業者性を具備する契約を締結した事案については、事業者から不当勧誘行為がなされた時点では消費者であった以上、現行法下でも、当該消費者に本法の適用はある。法解釈の明確化、相談現場等における消費者被害の救済の促進という観点から、上記の点を消費者庁の逐条解説で明記すべきである。
- 3 第2に、不当勧誘行為の相手方である個人に事業者としての実体が無ければ、仮に契約書で事業者と記載されていたとしても、消費者として本法の適用がある。法解釈の明確化、相談現場等における消費者被害の救済の促進という観点から、上記の点も消費者庁の逐条解説で明記すべきである。
- 4 第3に、大学のスポーツクラブチームなど実質的には消費者の集まりに過ぎない団体の場合、宿泊業者などの事業者との契約を個人名の列挙という形式で締結したか、団体名で締結したかによって結論を異にするのは不合理である。また、上記のような事案については、東京地判平成23年11月17日判時2150号49頁も本法の適用を肯定している。法解釈の明確化、相談現場等における消費者被害の救済の促進という観点から、「形式的には事業者と団体との契約であっても、実質的には事業者と多数の消費者との消費者契約（の集まり）であると評価できる場合には、本法の適用がある」ということを、逐条解説で明記すべきである。
- 5 第4に、事業を行う個人が自己の事業に直接関連しない取引を行うために契約の当事者となる場合、当該個人は当該取引に関して一般消費者と何ら差違のない情報・交渉力に劣る地位にある。また、特定商取引法（以下「特商法」という。）では、たとえ事業者であっても事業目的と直接に関連しない取引についてはクーリング・オフを肯定する裁判例が存在している。上記のような観点から、近い時期の法改正において、「自己の事業に直接関連しない取引を行うために契約の当事者となる場合も本法の適

用がある」旨を明定すべきである。

- 6 第5に、本法の私法実体規定は民事ルールを規定する法規範であり、民法の諸規定と同じく、当事者間の利益状況が近似する場面では類推適用の余地があるはずである。実際上も、ホームページリースの案件など、不当勧誘行為による小規模事業者の被害を民事法で救済する必要性が高い場面は少なくない。近い時期の法改正において、形式的には事業者間契約に該当する場合であっても、一方当事者が実質的には消費者と大差ない小規模事業者については、本法の消費者保護規定を準用しうる旨の規定、具体的には、日弁連改正試案第29条のような規定を明定すべきである。

【消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）】

(事業者間契約への準用)

第29条 事業者間の契約であっても、事業の規模、事業の内容と契約の目的との関連性、契約締結の経緯その他の事情から判断して、一方の事業者の情報の質及び量並びに交渉力が実質的に消費者と同程度である場合には、当該契約においては当該事業者を第2条1項の消費者とみなし、この法律の規定を準用する。

2 情報提供義務（法第3条第1項）

(「中間取りまとめ」)

情報提供義務違反の効果として損害賠償を定めることについては、消費者契約一般に通用する情報提供義務の発生要件の在り方について、慎重に検討する必要がある。まずは、一定の事項の不告知による意思表示の取消しの規律を検討した上で、必要に応じ、更に情報提供義務違反の効果として損害賠償と定める規定を設けるべきかどうかを検討することが適当である。

【意見】

事業者が消費者に対して法的義務として情報提供義務・説明義務を負担していることを明定すべきである。具体的には、日弁連改正試案第3条のような規定を設けるべきである。

【理由】

- 1 本法は本来的に「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かんがみ」「消費者の利益の擁護」を立法目的とする法律である。民法が本来的に予定している対等な契約当事者間の法律関係とは異なり、消費者契約においては、契約当事者である事業者と消費者との間に構造的な情報・交渉力格差が存在することが前提とされており、情報力に勝る事業者は消費者に対して、単に努力義務ではなく、法的義務としての情報提供義務・説明義務を本来的に負担していること、それらの義務違反があった場合には損害賠償義務を負担することを明確にしておく必要がある。
- 2 また、情報提供義務・説明義務に関する規律は、不告知による意思表示の取消しの規律とは別に必要である。例えば、不告知によって生命保険契約の解約と新契約の締結がなされた事案などでは、新契約を取り消すだけでは消費者が被った全ての被害を填補できない。
- 3 具体的には、日弁連改正試案第3条のような規定を設けるべきである。

【消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）】

（事業者の情報提供義務・説明義務）

第3条 事業者は、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、消費者に対し、当該消費者契約に関する事項であって、次の各号に掲げるものについて、その情報を提供し、説明しなければならない。

一 当該消費者契約を締結するか否かに関して消費者の判断に通常影響を及ぼすべきもの

二 当該消費者契約を締結するか否かに関して当該消費者の判断に特に影響を及ぼすもの（当該消費者の当該判断に特に影響を及ぼすものであることを当該事業者が当該消費者契約締結時に知り、又は知ることができる場合に限る。）

2 前項の場合には、事業者は、消費者が通常理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明をしなければならない。ただし、当該消費者が理解することが困難であると認められる事情があり、かつ、当該事業者が当該消費者契約締結時に当該事情を知り、又は知ることができる場合には、当該事業者は、当該消費者が理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明しなければならない。

4 もし今回の改正での立法が時間的に難しい場合にも、近い時期に上記のような規定を明文化すべきである。

3 契約条項の平易明確化義務（法第3条第1項）

（「中間取りまとめ」）

契約条項の内容が不明確であり、その意味を確定することができない場合について、契約条項の解釈に関する条項使用者不利の原則を検討することが考えられる。よって、契約条項の平易明確化義務については、条項使用者不利の原則をどのように具体的に規律するかといった点を中心に、後述の第5の1. 条項使用者不利の原則の論点において、検討することとする。

【意見】

契約条項の平易明確化が問題となる場面について、条項使用者不利の原則を立法すべきである。

【理由】

契約条項の表現があいまいであったり、消費者にとって理解困難な用語や表現のものであったりする場合には、事業者に事後に有利な解釈がなされたり、消費者が十分な理解をしないまま契約に至ることで、消費者被害が発生している。このような消費者被害への対応の1つとして条項使用者不利の原則を明文化することは有意義である。

4 消費者の努力義務（法第3条第2項）

（「中間取りまとめ」）

法第3条第2項については、現時点では、同項の規定を削除しないこととするのが適当である。

【意見】

本法第3条第2項は削除すべきであり、削除しないこととするのは反対である。

【理由】

本法は本来的に「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かんがみ」「消費者の利益の擁護」を立法目的とする法律である。この点、消費者の努力義務を定める第3条第2項といった規定が存在することは、本来的に問題がある。

また、事業者がこの条項の存在を理由にいたずらに消費者の責任や過失を強調する事態となれば、立法目的に反する事態を招来してしまう。裁判例では、この条項について「事業者から提供された情報を活用することを要請するものに過ぎず、消費者自ら情報を収集する努力までも要請するものではない」等と解釈することで悪影響を回避する努力がなされているが（名古屋地判平成19年1月29日消費者契約法検討会報告書裁判例【103】）、なかには本条項の趣旨を理由に消費者側に過失相殺を認めた裁判例も存在する。

本法の立法目的及び弊害のおそれを踏まえれば、本法第3条第2項は端的に削除することが相当である。

第3 契約締結過程

1 「勧誘」要件の在り方（法第4条第1項、第2項、第3項）

（「中間取りまとめ」）

事業者が、当該事業者と消費者との間でのある特定の取引を誘引する目的をもってした行為については、それが不特定の者を対象としたものであっても、それを受け取った消費者との関係では、個別の契約を締結する意思の形成に向けられたものと評価することができると考えられる。そこで、事業者が、当該事業者との特定の取引を誘引する目的をもってする行為をしたと客観的に判断される場合、そこに重要事項についての不実告知等があり、これにより消費者が誤認をしたときは、意思表示の取消しの規律を適用することが考えられるが、適用対象となる行為の範囲については、事業者に与える影響等も踏まえ、引き続き検討すべきである。

【意見】

争いのあった「勧誘」要件について、不特定の者を対象とした広告等であっても、事業者が消費者に対して特定の取引を誘引する目的をもってした行為については誤認取消ができる旨の明文の明定を置くべきである。

【理由】

- 1 本法第4条の「勧誘」要件については、「特定の者に向けた勧誘方法は『勧誘』に含まれるが、不特定多数向けのもの等客観的にみて特定の消費者に働きかけ、個別の契約締結の意思形成に直接影響を与えているとは考えられない場合（例えば、広告、チラシの配布、商品の陳列、店頭に備え付けあるいは顧客の求めに応じて手交するパンフレット・説明書、約款の店頭掲示・交付・説明等や、事業者が単に消費者からの商品の機能等に関する質問に回答するにとどまる場合等）は『勧誘』に含まれない」とする見解（消費者庁逐条解説（第2版補訂版）109頁）と、『勧誘』とは、消費者の意思形成に向けて働きかけることであり、口頭の説明のほか、商品や包装、容器

に記載された表示，パンフレットや説明書，書状，電話，インターネットによる表示，広告，チラシなど事業者が消費者の意思形成に向けて働きかける手段を広く含まれると解すべきである」とする見解（日弁連消費者問題対策委員会「コンメンタール消費者契約法（第2版補訂版）」69頁～71頁，落合誠一「消費者契約法」73頁等）の争いがある。

- 2 消費生活相談事例等では，不特定多数向けの広告や表示に掲載された不実告知に相当する内容を信じた消費者の事例が見受けられる。また，これまでの裁判例においても，不特定多数向けのパンフレットや説明書も「勧誘」であることを前提とする立場に立ったものが存在する（神戸簡判平成14年3月12日消費者法ニュース60号211頁，京都簡判平成14年10月30日消費者法ニュース60号212頁）。さらに，近年のインターネットの普及に伴い，インターネットの画面上で不実告知に相当する内容が掲載され，それを信じた消費者がトラブルに巻き込まれる事例も多く見受けられる。不特定多数向けの広告，パンフレット，チラシ等が「個別の契約締結の意思形成に直接影響を与えているとは考えられない」といった理解は，消費者契約の実態や被害から乖離している。
- 3 不特定の者を対象とした広告等であっても消費者の個別の契約締結の意思形成に直接影響を与えることはあり得るのであるから，不特定の者を対象とした広告等であっても，事業者が消費者に対して特定の取引を誘引する目的をもってした行為については誤認取消ができる旨の明文の明定を置くべきである。

2 断定的判断の提供（法第4条第1項第2号）

（「中間取りまとめ」）

裁判例や消費生活相談事例において，財産上の利得に影響しない事項が問題となる典型的な事例は，①瘦身効果や成績の向上その他の商品・役務の客観的な効果・効能が問題となるものであるが，これは現行法上の不実告知として捉えられる場合もあると考えられる。また，②運命・運勢などの客観的でない効果・効能が問題となる事例については，消費者の心理状態を利用して不必要な契約を締結させた場合に問題となることが多いことから，まずは，後述の第3の5において，そうした場合に対処することができる規定を設けることを検討することとするのが適当である。

その上で，それでもなお財産上の利得に影響しない事項や「将来における変動」が問題とならない事項についても対象にする必要があると考えられる場合には，その方策を検討すべきである。なお，その際には，立法的な措置のほか，現行法の文言を維持した上で，断定的判断の提供の対象が必ずしも財産上の利得に影響を及ぼす事項に限定されるわけではないことを逐条解説等に適切に記載することも考えられる。

【意見】

「その他将来における変動が不確実な事項」は，消費者の財産上の利得に影響するものに限定されないことを，法改正で明確にすべきである。少なくとも消費者庁の逐条解説を改訂して明確にすべきである。

【理由】

- 1 本法第4条第1項第2号が規定する断定的判断の対象となる「その他将来における変動が不確実な事項」については、消費者の財産上の利得に影響するものに限定する見解（消費者庁逐条解説（第2版補訂版）116頁）と、これに限定しない見解（日弁連消費者問題対策委員会「コンメンタル消費者契約法（第2版補訂版）」76頁～77頁等）との間に争いがある。
- 2 事業者が不確実な事項について確実だと断定的な判断を提供することは不適切な情報提供行為であり、このような不適切な情報提供行為による勧誘があれば、事業者と消費者との間の構造的な情報格差の中で、消費者は、これを信じやすく、契約を締結するかどうかの意思決定に影響を受けやすい状況に置かれることから取消権を認めるのが「断定的判断の提供」規定の趣旨である。そして、このような状況は財産上の利得に影響する事項に限って生じるというものではない。よって、現行法の条文解釈としては、理論的にも、実質的にも、財産上の利得に関わる場合に限定しない考え方が妥当である。
- 3 この点、「この健康食品を使えば体重が減ります」などといった、契約を締結するかどうかの意思決定に影響を与えるもので財産上の利得とは関係のない事項について断定的判断が提供された場合、上記の告知内容が客観的事実に反することが立証できる場合には不実告知の規定で救済も可能である。しかし、告知内容が真偽不明である場合や立証できない場合には、不実告知の規定での救済はできない。
よって、断定的判断の提供について、その対象となる事項が消費者の財産上の利得に関わる場合に限定されない旨を、法改正で明確にする必要がある。少なくとも消費者庁の逐条解説を改訂して明確にすべきである。

3 不利益事実の不告知（法第4条第2項）

（「中間取りまとめ」）

裁判例の状況を踏まえ、不実告知型と不告知型とに類型化して検討するのが適当である。

(1) 不実告知型

不実告知型については、先行行為として告げた利益と告げなかった不利益事実とは表裏一体で一つの事実と見ることができることからすると、利益となる旨だけを告げることは、不利益事実が存在しないと告げることと同じであると考えられる。そこで、不実告知（法第4条第1項第1号）と同視して取り扱うこととし、不実告知において事業者の主観的要件を要求していないこととの均衡から、故意要件を削除するのが適当である。また、事業者の免責事由（法第4条第2項ただし書）に相当する規定を設けるかどうかについては、引き続き検討すべきである。

(2) 不告知型

不利益事実の不告知のうち、不告知型については、裁判例や特定商取引法の類例を踏まえ、事業者の予測可能性を確保するため、不告知が許されない事実の範囲を適切に画した上で、先行行為要件を削除することが考えられる。この場合、仮に不実告知及び不実告知型の不利益事実の不告知との関係で「重要事項」の概念（法第

4条第4項)を拡張するとしても、不告知型との関係ではこれを拡張しないこととする等、不告知が許されない事実の範囲について、引き続き実例を踏まえ検討すべきである。

【意見】

- 1 本法第4条第2項が規定する不利益事実の不告知については、不実告知型(利益となる旨の告知が具体的で不利益事実との関連性が強いと考えられる類型)と、不告知型(先行行為が具体性を欠き、不利益事実との関連性が弱いと考えられる類型)に類型化すべきである。
- 2 不実告知型については、故意要件を削除すべきである。
- 3 不告知型については、先行行為要件を削除すべきである。また、事業者に重過失がある場合には故意ある場合と同様に誤認取消を認めるべきである。

【理由】

- 1 本法第4条第2項が規定する不利益事実の不告知については、裁判例の状況と問題状況の違いを踏まえ、利益となる旨の告知が具体的であり、不利益事実との関連性が強い場合、不実告知といっても差支えがない場合(不実告知型)と、利益となる旨の告知が具体性を欠き、不利益事実との関連性が弱い場合、不利益事実が告知されないという側面が際立つことになり、実質的には故意の不告知による取消しを認めるに等しくなる場合(不告知型)の2つの類型に分けた上で、区別して要件を規定するのが相当である。
- 2 不実告知型については、先行行為として告げた利益と告げなかった不利益とは表裏一体で一つの事実と見ることができるところから、利益となる旨だけを告げることは、不利益事実が存在しないと告げることと同じであり、不実告知と同視して取り扱うことが相当である。したがって、不実告知の場合に故意も過失も要求されないこととのバランス上、故意・過失を不要とすべきである。

なお、不実告知型は、不実告知と同視できる類型であるから、不告知という不作為を規律する第4条第2項但書に相当する規定は不要である。

- 3 不告知型については、消費者が契約するかどうかに影響を及ぼす重要事項に関する故意による不告知があっても、先行行為の存在が立証できないことにより取消しが認められないというのは、当該事業者を不当に利する反面、被害者である消費者に酷な結果であり、利益衡量上、問題である。重要事項に関して故意による不告知があれば、特定商取引法と同様に取消しを認めるべきである。また、故意の立証は実務的に困難が伴うこと、事業者に重過失がある場合は利益衡量上故意と同視できることを踏まえ、事業者に重過失がある場合には故意ある場合と同様に誤認取消を認めるべきである。

4 「重要事項」(法第4条第4項)

(「中間取りまとめ」)

「重要事項」の適用範囲を明確にしつつ、かつ、裁判例の状況及び特定商取引法の規定を踏まえ、「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」を現行法第4条第4項所定の事由に追加して列挙することで、事業者が消費者に対して

契約を締結する必要があると誤認させるような不実告知等を行う場合も契約の取消しを可能にすることが適当と考えられる。さらに、当該消費者契約の締結が消費者に有利であることを裏付ける事情（例えば、事業者が消費者に一般市場価格は購入価格よりも大幅に高いことを説明した事例における一般市場価格などが想定される。）や、当該消費者契約の締結に伴い消費者に生じる危険に関する事項等を列挙することのほか、列挙事由を例示として位置付けることも考えられるところであり、引き続き検討すべきである。

【意見】

本法第4条第4項の「重要事項」の列挙事由として、法適用に争いのあった「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」を付加すべきである。また、「重要事項」の列挙事由は例示列挙であることを明示すべきである。

【理由】

1 本法第4条第4項の「重要事項」については、第1号・第2号を「重要事項」の例示と解釈するか、動機を「重要事項」に含めて解釈するかといった解釈上の争いがある。

2 実務上、契約動機など契約締結の前提となる事実に関して不実告知がなされている事案は極めて多く、そのような事案の消費者被害を救済する必要性は極めて高い。

また、特商法においては、既に同法第6条第1項第6号で「顧客が…契約の締結を必要とする事情に関する事項」が列挙事由とされ、契約動機に関する事項が不実告知取消の対象として明文化されている。これは、契約動機に関する被害事例への対応が看過できない問題であることの証左である。

そこで、本法第4条第4項の「重要事項」についても、特商法第6条第1項第6号を参考に「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」を付加し、契約動機に関する事項も不実告知の対象に含まれることを明確化すべきである。

3 また、特商法では、同法第6条第1項第7号で「前各号に掲げるもののほか…契約に関する事項であって、顧客（中略）の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」という包括的な規定を置き、消費者を保護すべき事案に漏れがないように手当をしている。実際に、「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」には、「市役所に言われて来ました」といった虚偽事実の告知がなされた案件について不実告知取消が行使できないおそれがある。

そこで、本法第4条第4項の「重要事項」については、列挙事由が「消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの」の例示であることを法文で明示すべきと考える。

5 不当勧誘行為に関するその他の類型

(1) 困惑類型の追加

（「中間取りまとめ」）

①執拗な電話勧誘については、自宅や勤務先といった生活・就労の拠点で電話による勧誘を受け続けることは、現行法で取消事由とされている不退去又は監禁と同様に、

当該勧誘から逃れるためにやむなく消費者が契約を締結したという状況にあるとも言える。もっとも、現在、特定商取引法の見直しに関し、電話勧誘販売における勧誘に関する規制の在り方について検討されていることから、その状況等を注視しつつ、必要に応じ、検討すべきである。

他方、②威迫による勧誘については、「威迫」（脅迫に至らない程度の人に不安を生じさせる行為）によって消費者が困惑し、契約を締結した場合について、消費者の保護を図る観点から、適用範囲を明確にしつつ取消事由として規定することが適当である。

【意見】

困惑取消の対象となる事業者の行為として、現行法が定める不退去・退去妨害に加えて「執拗な勧誘」「威迫」を規定すべきである。

【理由】

- 1 事業者の不当な勧誘行為で消費者が困惑して契約を締結してしまったという事案は、現行法が定める不退去・退去妨害が存在した事案に限られない。消費者を困惑させる不当勧誘行為で契約を締結させたといった被害事例における消費者救済のため、困惑取消の対象として、不退去・退去妨害と同視できるような困惑惹起行為を追加することが重要である。
- 2 まず、事業者が消費者の自宅や職場への執拗に電話勧誘や訪問勧誘を繰り返すといった執拗な勧誘によって消費者が困惑して契約を締結してしまったという被害事例は多い。したがって、「執拗な勧誘」を困惑惹起行為として付加すべきである。
なお、現在、内閣府消費者委員会の特定商取引法専門調査会において電話勧誘に関する特商法改正の議論がなされているため、上記の議論の行方を注視する必要があるが、本問題に関して特商法改正がなされなかった場合や法改正の内容が消費者保護という観点から不十分である場合には、本法において「執拗な勧誘」を困惑惹起行為として付加すべきである。
- 3 また、粗野・乱暴な言動を伴う勧誘行為で威迫し、消費者を困惑させて契約を締結させるといった被害事例についても、被害者を救済する規定が必要である。特商法第6条で「威迫して困惑させてはならない」といった規定が存在していることは、威迫行為への法規範の必要性・相当性を裏付ける。したがって、「威迫」を困惑惹起行為として付加すべきである。
- 4 さらに、「執拗な勧誘」「威迫」以外にも、①パソコンに一方的に「脅威にさらされている」等の警告を表示するといった方法、②靈感商法のように「子供に将来不幸が起きる」など殊更に不安や恐怖心を煽るといった方法で、消費者の不安や動揺を駆り立てて困惑させ、契約を締結させるという不当勧誘事案も典型的に存在する。したがって、困惑惹起行為に「不安や迷惑を覚えさせるような方法」を付加することについても、立法を検討すべきである。

(2) 不招請勧誘

(「中間取りまとめ」)

いわゆる不招請勧誘について、その不意打ち的な性質から生ずる問題点を踏まえ、消費者契約法に規律を設けることも考えられるが、現在、特定商取引法の見直しに関し、訪問販売及び電話勧誘販売における勧誘に関する規制の在り方について検討されていることから、その状況等を注視しつつ、事例の集積等を待って、必要に応じ、検討すべきである。

【意見】

不招請勧誘については、特商法改正の議論の行方を注視した上で、本法における新たな立法を検討すべきである。

【理由】

- 1 消費者の意向を無視した自宅や職場への電話勧誘や訪問勧誘、パソコンや携帯電話への勧誘メール（迷惑メール）の送付といった勧誘方法（いわゆる不招請勧誘）は、消費者契約被害の温床となっているという側面に加え、それ自体が消費者の私生活の平穩を侵害する典型的な不当勧誘行為である。かかる不招請勧誘について、本法において、私法上も違法な行為であることを明らかにし、消費者に救済手段を与えることが望ましい。
- 2 具体的な法規範のあり方としては、契約締結前の段階であっても私生活の平穩を侵害している点において民事上も違法な勧誘行為であることを明らかにする必要があること、個々の被害者に救済手段を与える必要があることを踏まえ、損害賠償義務を規定するあり方が相当である。
- 3 もっとも、不招請勧誘については、現在、内閣府消費者委員会の特定商取引法専門調査会において特商法改正の議論がなされていることから、その議論の行方を注視した上で、本法における立法の要否・内容を検討すべきである。

(3) 合理的な判断を行うことができない事情を利用して契約を締結させる類型

（「中間取りまとめ」）

事業者が消費者の判断力の不足等を利用して不必要な契約を締結させるという事例について、一定の手当てを講ずる必要性があることについては特に異論は見られなかった。その一方で、規定を設けるとしても、適用範囲を明確にしなければ、事業者の事業活動を過度に制約したり、事業活動を委縮させたりすることにもなりかねない。そこで、消費者の置かれた状況や契約を締結する必要性について、一般的・平均的な消費者を基準として判断することや、そのような消費者の状況を事業者が不当に利用した場合を規律の対象にすることなど、適用範囲の明確化を図りつつ消費者を保護する観点から規定を設けることについて、引き続き実例を踏まえて検討すべきである。

【意見】

消費者に合理的判断ができない事情があることを利用して不必要な契約を締結させる、いわゆる「つけ込み型不当勧誘」に関して、契約を取り消せる旨の規定を設けるべきである。

【理由】

- 1 認知症、躁鬱病等の事情で合理的な判断ができない状況にある消費者を狙った消費

者被害は極めて多い。高齢化社会が進む我が国において、高齢者が安心して暮らしてゆける社会にするためにも、かかる被害を放置しておくことはできない。

消費者に合理的判断ができない事情があることを利用して不必要な契約を締結させる、いわゆる「つけ込み型不当勧誘」に関する規定を設けることは、今回の法改正で必要不可欠である。

- 2 具体的な規定の在り方としては、まず、主観的要素として、典型的な被害類型である「判断力の不足、知識・経験の不足、心理的な圧迫状態、従属状態」などを例示列挙した上で、当該事情があるために一般的・平均的な消費者であれば通常することができる判断ができない状況を指すという趣旨で「消費者が当該契約をするかどうかを合理的に判断することができない事情」という要件を設けるべきと考える。また、事業者の取引の安全への配慮という観点から、事業者の主観的態様として、上記のような事情を事業者が「利用」したという要件を付加すべきと考える。
- 3 また、客観的要素として、事業者の当該行為がなければ、一般的・平均的な消費者であれば通常締結するとは考えられない契約を締結させられたという意味で「不必要な契約を締結したこと」を要件とすべきである。客観的に不必要な契約であると認められるならば契約の効力を否定することが相当であるし、要件としても明瞭である。
- 4 法律効果については、取消しとすることが相当である。

6 第三者による不当勧誘（法第5条第1項）

（「中間取りまとめ」）

悪質な事例において、契約相手である事業者と勧誘をする第三者との間の委託関係の立証が困難なケースがあることから、委託関係にない第三者による勧誘（この場合の「勧誘」の意義は、現行法のものを維持することが考えられる。）であっても、事業者が、当該第三者の不当な勧誘をしたこと及びそれに起因して消費者が誤認又は困惑し意思表示をしていることを知っていた場合に、消費者に取消権を認めることについて、引き続き検討すべきである。また、それを知っていた場合に取消権を認めるとすれば、それを知ることができた場合にも取消権を認めるべきか否かについても併せて検討すべきである。

なお、現行法第5条第1項にいう「媒介」の意義については、必ずしも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いなくてもこれに該当する可能性がある旨を逐条解説等において適切に記載すべきである。

【意見】

- 1 消費者が第三者の不当勧誘行為で契約を締結した場合、契約の相手方である事業者が悪意・有過失の場合には契約を取り消すことができる旨を法文で明確にすべきである。
- 2 本法第5条第1項の「媒介」の意義については、必ずしも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いなくても足りる旨を、消費者庁の逐条解説を改訂して明確にすべきである。

【理由】

- 1 民法第96条第2項は、表意者が第三者の欺罔行為で契約を締結した場合、契約の

相手方が悪意・有過失の場合（現在国会に提出中の民法改正法案において「知り、又は知ることができた」と明定される予定）には契約を取り消すことができる旨を規定している。ところが、本法においては、同趣旨の規定が存在しない。消費者が第三者の不当勧誘行為（誤認惹起行為、困惑惹起行為、つけ込み型不当勧誘）で契約を締結した場合、契約の相手方である事業者が悪意・有過失である場合には、民法第96条第2項が想定している事案と同様に、表意者保護と相手方保護のバランスを取るという観点から、消費者に取消しを認める規定を明文化すべきである。

- 2 本法第5条第1項の「媒介」の意義につき、消費者庁逐条解説は「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」とした上で、「契約締結の直前までの必要な段取り等を第三者が行」われなければならないという解釈を示しているが、第5条第1項の立証趣旨から考えても、「媒介」という字句の一般的な意義から考えても、狭すぎる。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、事業者が第三者に委託する尽力の対象が消費者契約の締結に至る一連の過程の一部分であっても「媒介」に該当し得る旨を、消費者庁の逐条解説を改訂して明確にすべきである。

7 取消権の行使期間（法第7条第1項）

（「中間取りまとめ」）

消費生活相談事例では消費者が相談に来た時点で既に取消権の行使期間を経過しているケースが多数存在することに鑑み、取消権の実効性を確保する観点からは行使期間を適切に伸長することが考えられるが、相手方事業者の取引の安全を図る必要性もあることを踏まえ、引き続き、実例を調査した上で検討すべきである。

【意見】

消費者取消権の行使期間を、少なくとも短期3年、長期10年とすべきである。

【理由】

- 1 消費者契約被害の相談現場では、「騙されて恥ずかしい等々と思ひ悩むうちに6か月以上経ってしまった」といった事案が存在する。また、マスコミ報道や購入商品の故障などが契機となって被害に遭ったことが判った時には「契約してから5年以上経っていた」といった事案も存在する。さらに、消費者契約をめぐる法律関係については、権利が転々流通するといった事情や、身分関係のように時間の経過とともに権利義務関係が積み重なっていくといった事情は稀薄である。消費者の被害救済を犠牲にしてまで法律関係の早期安定化の要請が特に強く働く法律関係ではない。
- 2 上記のような観点から、現行法の消費者取消権の行使期間（短期6か月、長期5年）は、消費者を救済するために取消期間を伸長する必要がある。少なくとも「短期3年、長期10年」に伸長すべきである。

8 法定追認の特則

（「中間取りまとめ」）

消費者が、不当勧誘に基づいて契約を締結した後、事業者から求められて代金を支

払ったり、事業者から商品を受領したりした場合に一律に法定追認が認められるとすると、取消権を付与した意味がなくなりかねない。その一方で、法定追認事由が生じた場合には、契約が取り消されることはない信頼した相手方事業者の取引の安全にも配慮する必要もあると考えられるが、事業者の側に取消原因に当たる不当勧誘行為があることが前提となっていることも考慮する必要がある。以上を踏まえると、消費者契約において特に問題となると考えられるのは民法第125条第1号に掲げられた「全部又は一部の履行」であることから、消費者契約法に基づく取消権との関係では、同号についてのみ、民法の法定追認の規定を適用しないこととするか、あるいは、消費者が取消権を有することを知った後でなければ法定追認の効力が生じないこととするかについて、これらの当否も含め引き続き検討すべきである。

【意見】

本法の規定に基づく意思表示の取消しについては、法定追認の規定を適用しない旨の規定を設けるべきである。

【理由】

消費者契約においては、法律に詳しくない消費者が、不当勧誘行為を受けた後に、取消権を行使できることを知らずに、当該事業者に請求されるままに契約代金の支払をしてしまう場合が少なくない。このような消費者に法定追認の規定の存在を理由に消費者取消権を否定することは、本法が消費者取消権を認めた趣旨を没却させてしまう。

また、もともと本法が規定する消費者取消権は善意の第三者に対抗できず、第三者との関係での取引の安定への配慮はなされている（第4条第5項）。不当勧誘行為を行った事業者と被害者である消費者との関係において、加害者の取引の安定を被害者の救済よりも重視すべき合理的理由はない。

実際に、大阪高判平成16年7月30日（「消費者契約法の運用状況に関する検討会報告書」裁判例【130】）が、法定追認を理由に消費者取消権の行使はできないとしつつ、公序良俗無効として消費者契約の効力を否定しているのは、法定追認という規定の存在が消費者契約で不合理な結論を招来することの証左である。

よって、本法の規定に基づく意思表示の取消しについては、法定追認の規定を適用しないという規定を設けるべきである。

9 不当勧誘行為に基づく意思表示の取消しの効果

（「中間取りまとめ」）

消費者契約法に基づいて意思表示を取り消した場合の消費者の返還義務の範囲について、特定商取引法のクーリング・オフをした場合の清算規定を参考に消費者の返還義務の範囲を限定することも考えられるが、消費者契約一般にそのような規律を設けることや、消費者が商品を費消して利益を享受した後に意思表示を取り消して代金の返還を求めることの当否について慎重に検討する必要がある。他方、少なくとも新民法の施行後も消費者が消費者契約法に基づき契約を取り消した場合の返還義務の範囲を引き続き現存利益の限度とするためには、その旨の特則を消費者契約法に設けるこ

とが必要と考えられることから、消費者契約法に設けるべき規定の内容について引き続き検討すべきである。

【意見】

- 1 本法の規定に基づく消費者取消権を行使した場合の返還義務の範囲に関して原状回復義務を免除又は縮減する特別規定を設けるべきである。
- 2 具体的な対応としては、提供された役務の対価、費消されて原物返還が不可能になった物の客観的価値、提供された物の使用利益等の返還義務を否定するのが直裁である。少なくとも日弁連改正試案第21条のような、現存利益の返還への限定と個別具体的な事情によって原状回復義務が減免されうる旨の規定を立法すべきである。

【理由】

- 1 現在国会に提出中の民法改正法案との関係で、もし消費者契約権を行使しても提供された役務の対価相当額の原状回復義務を負担しなければならなくなるのでは、契約上の対価の支払義務を負担しているのと同じであり、消費者は全く救済されない結果となる。これでは本法が消費者取消権を認めた趣旨が没却されてしまう。のみならず、不当勧誘行為を行った事業者の「やり得」「利得の押し付け」を許す結果となってしまい、社会正義に反する不合理な結論となってしまふ。のみならず、不当勧誘行為の抑止という観点からも問題である。本法の規定に基づく消費者取消権を行使した場合の返還義務の範囲に関して原状回復義務を免除又は縮減する特別規定を設けることは必要不可欠である。
- 2 上述のような不合理な事態を回避し、消費者取消権を無意味なものにしないためには、消費者取消権が行使された場合については、提供された役務の対価、費消されて原物返還が不可能になった物の客観的価値、提供された物の使用利益等の返還義務を否定するのが直裁である。このように解しても、適用対象となる事業者は不当勧誘行為の加害者である事業者のみであり、真つ当な事業活動を行っている事業者には適用されない点において弊害は小さい。
- 3 少なくとも日弁連改正試案第21条のような、現存利益の返還への限定と個別具体的な事情によって原状回復義務が減免されうる旨の規定を立法すべきである。

【消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）】

(消費者契約の取消し及び無効の効果)

- 第21条 この法律の規定により消費者契約が取り消され、又は無効となる場合は、消費者は、その契約によって現に利益を受けている限度において、返還の義務を負う。
- 2 前項の場合において、事業者が行った行為の態様、消費者が受けた不利益の内容及び程度、当該消費者契約の性質及び内容等を総合考慮して、信義誠実の原則に反すると認められる場合には、当該事業者は、当該消費者に対し、利益の全部又は一部について返還を請求することができない。

第4 契約条項

1 事業者の損害賠償責任を免除する条項（法第8条第1項）

(1) 人身損害の軽過失一部免除条項（第2号及び第4号）

（「中間取りまとめ」）

身体に生じた損害といってもその内容が様々であることも踏まえると、社会的に有用な事業活動を阻害しないようにする等の観点から、一定の範囲で事業者の免責を認めるべき必要性もあると考えられる。免責を認めるべき必要性は、当該消費者契約の目的・種類・性質・内容その他の事情によって様々であり、免責の内容や態様・程度も様々であることから、人身損害について、こうした要素を考慮した上で無効とする規律とすることのほか、生命に生じた損害については一律に一部免除条項を無効とすることが考えられ、不当条項の類型の追加と合わせ引き続き検討すべきである。

【意見】

- 1 生命損害の軽過失一部免除条項については、例外なく無効である旨の規定を設けるべきである。
- 2 身体損害の軽過失一部免除条項については、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性が認められる場合を除いて無効である旨の規定を設けるべきである。

【理由】

- 1 生命は最も要保護性が高い法益で、元来合意による処分に適さないものである。生命侵害の免責条項については、有効とすべき合理的な場面を想定し難い。したがって、生命損害の軽過失一部免除条項についてはおよそ無効であると規定すべきである。
- 2 身体侵害の免責条項についても、生命侵害の免責条項と類似した観点が妥当する一方で、法益侵害の程度に幅がありえること、多様な条項がありえることから、原則として無効とした上で、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性を事業者が明らかにした場合には有効とする余地を残したものである。ただし、その法益の重要性に鑑み、有効とする場合は限定的に考えるべきである。

(2) 「民法の規定による」要件の在り方（第3号及び第4号）

（「中間取りまとめ」）

現行法の施行後、法人の不法行為責任等、かつて民法に設けられていた規定が他の法律に規定されるようになったものがあり、「民法の規定による」不法行為責任に限定すべきではないこと等に鑑み、現行法第8条第1項第3号及び第4号の「民法の規定による」という文言は削除することとするのが適当である。

【意見】

本法第8条第1項第3号及び第4号の「民法の規定による」という文言を削除することに賛成である。

【理由】

現行法の施行後に民法から他の法律に移動した損害賠償責任もある上に、事業者の損害賠償責任を免除する条項の不当性は、その不法行為や債務不履行行為が民法の規定によるかどうかによって根本的に異なるものではない。

2 損害賠償額の予定・違約金条項（法第9条第1号）

(1) 「解除に伴う」要件の在り方

（「中間取りまとめ」）

損害賠償額の予定をすることによって事業者が不当な利得を得るべきではないことは、契約の解除に伴わない場合においても同様と考えられること、特に消費貸借における期限前弁済については、実質的に契約を終了させる点で契約の解除の場合と差異がなく、約定利息相当額又は利息制限法所定の利率を超える利息相当額を予定している場合には現行法第10条により無効となるという裁判例もある。これらを踏まえ、契約の解除に伴わない損害賠償額の予定条項についても、実質的に契約が終了する場合には規律の対象となるよう規定を見直すことを検討すべきである。

【意見】

消費貸借契約の借主である消費者が貸主である事業者に期限前弁済を行った場合（諾成的消費貸借契約における目的物交付前解除権を行使した場合も同様）における消費者の損害賠償義務の存否・限定については、本法第9条第1号の適用範囲を拡大するという対応に加えて、上記の場面に限定した法規範の制定を継続検討すべきである。

【理由】

- 1 民法改正法案第591条第3項が、消費者である借主が期限前弁済した時に約定利息金など事業者の履行利益を賠償するのが当然であるといった誤った実務や悪質な業者による濫用的な運用を招かないようにする必要がある。実際問題としても、消費者金融の場面を想定すると、貸主である消費者金融業者は一般に多数の小口貸付けを行っているため、借主が期限前弁済をした金銭を他の顧客に対する貸付けに振り向けること等によって特段の損害が生じないことも多い。少なくとも消費者金融の場面においては借主の損害賠償義務を当然に観念するのは相当でない。
- 2 具体的な規定の在り方として、契約の解除に伴わない損害賠償額の予定条項についても実質的に契約が終了する場合には本法第9条第1号の規定を及ぼすといった方法による対応も考えられる。

しかし、消費貸借契約の借主である消費者が貸主である事業者に期限前弁済を行った場合（諾成的消費貸借契約における目的物交付前解除権を行使した場合も同様）における消費者の損害賠償債務の存否・内容に場面に限定して、事務手数料その他期限前弁済がなければ事業者が通常負担することがなかった費用を損害賠償額の上限とする規定を設けることを、継続検討すべきである。

(2) 「平均的な損害の額」の立証責任

（「中間取りまとめ」）

損害賠償額の予定又は違約金として定められた額が「当該事業者が生ずべき平均的な損害の額」を超えることの立証のために必要な資料は、主として事業者が保有していると考えられることからすると、その立証責任を事業者に転換することも考えられるが、企業活動の実態に関する証拠を提出することによる企業秘密に対する影響や、証拠の収集・保存や訴訟における立証等において事業者が生じるコストにも配慮する

必要がある。

現行法の下で、最高裁は、消費者に立証責任があるとした上で、事実上の推定が働く余地があるとしていることからすると、同種事業者に生ずべき平均的な損害の額を超える部分が立証されれば、それから当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超える部分を推認することができる場合もあると考えられる。この点を踏まえ、消費者の立証の困難性を緩和するため、同種事業者が生ずべき平均的な損害の額を超える部分を当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超える部分と推定する規定を設けることを含め、検討すべきである。

【意見】

「平均的な損害」の主張・立証責任を事業者に転換する規定を明定すべきである。

【理由】

当該事業者が生ずべき平均的な損害は、通常は当該事業者にはしか知り得ない事柄であり、消費者に主張・立証責任を課するのは不可能に近い困難を強いるものである。一方、事業者においては、自らの帳簿その他の内部資料によって、平均的損害を主張・立証することは容易である。したがって、主張立証責任の公平かつ合理的な分担という観点から、「平均的な損害」の主張・立証責任を事業者に転換すべきである。

3 消費者の利益を一方的に害する条項（法第10条）

(1) 前段要件

（「中間取りまとめ」）

最高裁判決を踏まえ、当該条項がない場合と比べて消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重するものかどうかを判断するという規律とすることが適当であり、具体的な規定の在り方について引き続き検討すべきである。

【意見】

本法第10条の前段要件は、当該条項がない場合と比べて消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重するものかどうかを判断するという規定内容に改めるべきである。

【理由】

- 1 本法第10条の前段要件は、比較の対象となる任意規定が明文で存在しない限り、本条の適用がないかのように読める文言である。また、消費者庁の逐条解説では、現にそのような解釈論が掲載されている。
- 2 しかし、最判平成23年7月15日金判1372号7頁は「ここにいう任意規定には、明文の規定のみならず、一般的な法理等も含まれると解するのが相当である」と判示している。現在の前段要件の法文と逐条解説は、上記最判の判示を踏まえて、改められる必要がある。
- 3 具体的な在り方としては、前段要件が本来的に原則的な権利義務関係との対比という観点に立った規定であることを踏まえ、当該消費者契約の条項がない場合と比べて、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重するものかどうかを判断するという考え方に基づいて適切な修正を行うことが合理的である。

(2) 後段要件

(「中間取りまとめ」)

契約条項が平易かつ明確でないことは、消費者に不利益をもたらすおそれがあるとともに、消費者に不利な条項を隠蔽する余地を残すもので問題があるものの、後段要件の考慮要素として明記することについては、契約条項が平易かつ明確でありさえすれば内容が不当であっても有効になり得るという、その趣旨とは違った理解がされかねないといった懸念も示されたこと等を踏まえ、条項使用者不利の原則等において検討することとし、現行法の後段要件は特に見直さないのが適当である。また、後段要件に規定する信義則に反するかどうかについて、法の趣旨・目的に照らして判断されるべきことについて、逐条解説等において明確にすべきである。

【意見】

本法第10条の後段要件の「民法第1条第2項の基本原則に反し」という法文と当該部分の消費者庁の逐条解説は、最高裁判例の判示内容を踏まえて、消費者契約法の趣旨・目的に照らして消費者保護の観点から判断すべき要件である旨の記載に改めるべきである。少なくとも消費者庁の逐条解説の改訂は不可欠である。

【理由】

1 条項の平易明確性について

条項の平易明確性は、消費者契約において重要な要素である。しかし、条項使用者不利の原則など、本法第10条が規定する不当条項規制とは区別して考えることが合理的である。

2 「民法第1条第2項の基本原則に反し」という法文と逐条解説について

本法第10条の後段要件の「民法第1条第2項の基本原則に反し」という法文は、民法第1条第2項と同義であるかのようにも読める文言であり、消費者庁の逐条解説ではそのような解釈論が掲載されている。

しかし、本法と民法とは、立法趣旨も想定する契約当事者も異なるはずであり、本法で無効となりえる契約条項は、民法の伝統的な公序良俗論や信義則によって無効となる契約条項に限定されないはずである。

この点については、最判平成23年7月15日金判1372号7頁も「当該条項が信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものであるか否かは、消費者契約法の趣旨、目的（同法第1条参照）に照らし、当該条項の性質、契約が成立するに至った経緯、消費者と事業者との間に存する情報の質及び量並びに交渉力の格差その他諸般の事情を総合考慮して判断されるべきである」と判示し、本法第10条の後段要件が本法の趣旨や目的等に照らした判断が必要な要件であることを明確にしている。

したがって、本法第10条の後段要件については、上記最判の判示内容に適合した文言への改正とそれに併せた逐条解説の改訂を行うべきである。少なくとも逐条解説の改訂は不可欠である。

4 不当条項の類型の追加

(1) 消費者の解除権・解約権をあらかじめ放棄させ又は制限する条項

(「中間取りまとめ」)

①消費者の解除権・解約権を放棄させる条項については、解除権・解約権を制限する条項との区別を明確にした上で、当該条項が消費者に与える不利益のほか、当該条項を無効にすることとしたときに実務にどのような影響が生じるかなどを勘案しつつ、これを例外なく無効とする規定を設けることについて、引き続き検討すべきである。その際、放棄させようとしている解除権・解約権として、解釈上認められるものも含めるか、法律の明文で認められるものに限るかについても、これらを区別する理由とともに、当該条項が消費者に与える不利益のほか、当該条項を無効にすることとしたときに実務にどのような影響が生じるかなどを勘案しつつ、引き続き検討すべきである。

②消費者の解除権・解約権を制限する条項については、どのような場合に当該条項を無効とする規定を設けるのが適切かについて、当該条項が消費者に与える不利益のほか、当該条項を無効にすることとしたときに実務にどのような影響が生じるかなどを勘案しつつ、引き続き検討すべきである。その際には、当該条項が法第10条後段の要件に当たる場合に無効とするという考え方、及び、当該条項を原則として無効としつつ、当該条項を定める合理的な理由がありそれに照らして内容が相当である場合には例外的に有効とするという考え方のほか、当該条項を設ける合理的な理由の有無・内容や、当該条項の内容の相当性についての立証責任を事業者だけに課すものではないこととする考え方も含めて、検討すべきである。

【意見】

- 1 ①消費者の解除権・解約権をあらかじめ放棄させる条項については、例外なく無効である旨の規定を設けるべきである。
- 2 ②消費者の解除権・解約権を制限する条項については、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性が認められる場合を除いて無効である旨の規定を設けるべきである。

【理由】

- 1 民法等で認められた消費者の解除権は、事業者が債務を履行しない場合等において消費者が契約から離脱することを可能とする重要な権利である。かかる解除権を排除したり制限する契約条項は、消費者の重要な権利を奪うものであり、典型的に信義則に反して消費者の利益を一方的に害する契約条項であると考えられる。

実際上も、社会で使用されている契約書には、「いかなる理由があっても契約の解除は一切認めません」といった事業者の債務不履行を理由とする解除をも一切否定する契約条項が現に存在しており、そのような契約条項が法的に無効であることを明確にする必要性は高い。

さらに、消費者の解除権を排除・制限する契約条項を無効としても、事業者は損害賠償の予定条項等によって契約解除に伴う合理的な損害を填補することができ、不合理な結論にはならない。むしろ、消費者による契約解除を排除・制限する契約条項が、契約解除に伴う過大な損害賠償予定条項を無効とする本法第9条第1号の潜脱手段と

して用いられていることを是正する必要がある。

よって、民法等で認められた消費者の解除権を排除・制限する契約条項を不当条項とする規定を設けることは重要である。

- 2 ①消費者の解除権・解約権をあらかじめ放棄させる条項については、有効とすべき合理的な場面を想定し難い。したがって、かかる契約条項はおよそ無効であると規定すべきである。
- 3 一方、②消費者の解除権・解約権を制限する条項については、多様なものがありえることから、原則として無効とした上で、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性を事業者が明らかにした場合には有効とする余地を残したものである。

(2) 事業者に当該条項がなければ認められない解除権・解約権を付与し又は当該条項がない場合に比し事業者の解除権・解約権の要件を緩和する条項

(「中間取りまとめ」)

事業者本来認められない解除権・解約権を付与し又は事業者の解除権・解約権の要件を緩和する条項についても、どのような場合に当該条項を無効とする規定を設けるのが適切かについて、当該条項が消費者に与える不利益のほか、当該条項を無効にすることとしたときに実務にどのような影響が生じるかなどを勘案しつつ、引き続き検討すべきである。その際には、当該条項が法第10条後段の要件に当たる場合に無効とするという考え方、及び、当該条項を原則として無効としつつ、当該条項を定める合理的な理由がありそれに照らして内容が相当である場合には例外的に有効とするという考え方のほか、当該条項を設ける合理的な理由の有無・内容や、当該条項の内容の相当性についての立証責任を事業者だけに課すものではないこととする考え方も含めて、検討すべきである。

【意見】

事業者が当該条項がなければ認められない解除権・解約権を付与し又は当該条項がない場合に比し事業者の解除権・解約権の要件を緩和する条項については、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性が認められる場合を除いて無効である旨の規定を設けるべきである。

【理由】

- 1 事業者が民法その他の法律の規定に基づかない解除権・解約権を付与する契約条項や解除権・解約権の要件を緩和する契約条項は、事業者が消費者に対する契約責任を一方的に消滅させたり、緩和することを許容する規定内容であることから、典型的に信義則に反して消費者の利益を一方的に害する契約条項と考えられる。
- 2 もっとも、かかる条項については多様なものがありえることから、原則として無効とした上で、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性を事業者が明らかにした場合には有効とする余地を残したものである。

(3) 消費者の一定の作為又は不作為をもって消費者の意思表示があったものと擬制する

条項

(「中間取りまとめ」)

消費者の一定の作為又は不作為をもって消費者の意思表示があったものと擬制する条項についても、どのような場合に当該条項を無効とする規定を設けるのが適切かについて、当該条項が消費者に与える不利益のほか、当該条項を無効にすることとしたときに実務にどのような影響が生じるかなどを勘案しつつ、引き続き検討すべきである。その際には、当該条項が法第10条後段の要件に当たる場合に無効とするという考え方、及び、当該条項を原則として無効としつつ、当該条項を定める合理的な理由がありそれに照らして内容が相当である場合には例外的に有効とするという考えのほか、当該条項を設ける合理的な理由の有無・内容や、当該条項の内容の相当性についての立証責任を事業者だけに課すものではないこととする考え方も含めて、検討すべきである。

【意見】

消費者の一定の作為又は不作為をもって消費者の意思表示があったものと擬制する条項については、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性が認められる場合を除いて無効である旨の規定を設けるべきである。

【理由】

- 1 消費者が何らの意思表示をしていないにもかかわらず、一定の作為又は不作為をもって当該消費者の意思表示を擬制するという契約条項（意思表示擬制条項）は、当該消費者の真意に反する法律効果が擬制された場合には当該消費者に予期せぬ不利益を与える。また、実際にも「開封したら購入したものとみなす」「契約条件を承諾したものとみなす」といった事例におけるトラブル事案や、「無料お試し」「無料キャンペーン」「無料体験」等とうたって申込手続をさせ、その後に消費者が積極的に解約手続を行わない限り有償契約を締結する意思ありと見なして有償契約に移行するという事例（特に解約手続に関する説明が無い若しくは不十分、解約可能な期間が短い、解約方法についてハードルを高く設定してあるといった事例）におけるトラブル事案が問題となっている。よって、このような契約条項は、典型的に信義則に反して消費者の利益を一方的に害する契約条項と考えられる。
- 2 もっとも、かかる条項については多様なものがありえることから、原則として無効とした上で、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性を事業者が明らかにした場合には有効とする余地を残したものである。具体的には、事業者が意思確認しなくとも消費者の意思を擬制することが合理的であると考えられる場合、例えば、当該作為又は不作為と擬制される意思表示との関連性が強く、当該作為又は不作為をもって特定の意思表示があったものと評価することが合理的である場合などにおいては、意思表示擬制条項について有効性を肯定することができる。と考える。

- (4) 契約文言の解釈権限を事業者のみに付与する条項、及び、法律若しくは契約に基づく当事者の権利・義務の発生要件該当性若しくはその権利・義務の内容についての決定権限を事業者のみに付与する条項**

(「中間取りまとめ」)

①解釈権限付与条項については、②決定権限付与条項との区別を明確にすることができるか否かを踏まえた上で、当該条項が消費者に与える不利益のほか、当該条項を無効にすることとしたときに実務にどのような影響が生じるかなどを勘案しつつ、これを例外なく無効とする規定を設けることについて、引き続き検討すべきである。

②決定権限付与条項については、当該条項が消費者に与える不利益のほか、当該条項の実務上の必要性やこれを無効にすることとしたときに実務にどのような影響が生じるかなどを勘案しつつ、一定の場合には当該条項を無効とする規定を設けることも含め、引き続き検討すべきである。また、その場合には、当該条項が法第10条後段の要件に当たる場合に無効とするという考え方、及び、当該条項を原則として無効としつつ、当該条項を定める合理的な理由がありそれに照らして内容が相当である場合には例外的に有効とするという考え方のほか、当該条項を設ける合理的な理由の有無・内容や、当該条項の内容の相当性についての立証責任を事業者だけに課すものではないこととする考え方も含めて、検討すべきである。

【意見】

- 1 契約文言の解釈権限を事業者のみに付与する条項（①解釈権限付与条項）については、例外なく無効である旨の規定を設けるべきである。
- 2 法律の規定若しくは契約に基づく当事者の権利・義務の発生要件該当性若しくはその権利・義務の内容についての決定権限を事業者のみに付与する条項（②決定権限付与条項）については、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性が認められる場合を除いて無効である旨の規定を設けるべきである。

【理由】

- 1 契約当事者間で契約内容や契約適合性の理解に差異が生じた場合、契約内容や給付の契約適合性の確定は、本来裁判所によってなされるべきものである。ところが、事業者が契約条項の一方的な解釈権や契約適合性の判定権を認める契約条項が存在する場合、契約の一方当事者が他方当事者に対する自らの法的責任の存否や契約内容を自らの意思で決定できることになる点において、典型的に信義則に反して消費者の利益を一方的に害する契約条項である。

また、現行法の下において、契約文言の解釈権限等を事業者のみに付与する条項は散見されるところであり、かかる規定を不当条項であると規定する必要性は大きい。さらに、契約文言の解釈権限を事業者のみに与える条項については、有効とすべき合理的な場面を想定し難い。

よって、①解釈権限付与条項については、例外なく無効である旨の規定を設けるべきである

- 2 一方、②決定権限付与条項については、典型的に信義則に反して消費者の利益を一方的に害する契約条項であるとは考えられるが、多様なものがありえることから、原則として無効とした上で、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性を事業者が明らかにした場合には有効とする余地を残したものである。

(5) サルベージ条項

(「中間取りまとめ」)

サルベージ条項を無効とする規定を設けることについては、問題となった実例等を調査した上で、引き続き検討すべきである。

【意見】

サルベージ条項については、例外なく無効である旨の規定を設けるべきである。

【理由】

中間取りまとめにおいて、サルベージ条項とは、「本来であれば全部無効となるべき条項に、その効力を強行法によって無効とされない範囲に限定する趣旨の文言を加えたもの（例えば、「法律で許容される範囲において一切の責任を負いません」というもの）」と定義されている。

サルベージ条項は、事業者が強行法規に違反しない限界まで権利を拡張し義務を免れうることを内容とするものであり、仮にかかる契約条項を有効とすれば、事業者は消費者に対して、消費者契約の条項が強行法規によりどこから無効なのかを示すよう迫りうることにもなりかねない。また、適正な内容での契約条項の策定へのインセンティブが事業者に働かないという問題もある。さらに、結果的に消費者が無効の立証を諦め泣き寝入りしかねない点において、現実的な弊害ないしその危険性が著しく、典型的に信義則に反して消費者の利益を一方的に害する契約条項である。加えて、かかる条項については、有効とすべき合理的な場面を想定し難い。

よって、サルベージ条項については、例外なく無効である旨の規定を設けるべきである。

第5 その他の論点

1 条項使用者不利の原則

(「中間取りまとめ」)

事業者は、自ら契約条項を準備し使用している以上、できる限りその内容を明確にすべきであり、条項が多義的であることによるリスクは事業者が負うことが公平に合致すると考えることもできるところ、この問題は、特に、不特定多数の者を相手方として用いられる定型約款（新民法第548条の2第1項）で顕著に現れるものと考えられる。

そこで、消費者契約に該当する定型約款の条項について、契約によって企図した目的、慣習及び取引慣行等を斟酌しながら解釈により合理的にその意味を明らかにすることがまずは試みられるべきであるが（これを契約解釈の方法として一般的に認められるものという意味で「通常の方法による解釈」と呼ぶことも可能であると思われる。）、それでもなお複数の解釈が可能であるときは、事業者（定型約款準備者）にとって不利に解釈しなければならないとする規律を設けることが考えられる。なお、定型約款に限らず、事業者によって一方的に準備作成された条項や個別交渉を経なかった条項についても適用すべきとの意見もあったことも踏まえ、これらについて、引き続き検討すべきである。

【意見】

条項使用者不利の原則を規定すべきである。また、適用範囲を定型約款に限定する必要はないと考える。

【理由】

- 1 消費者契約の条項について、契約条項の不明確さゆえに、合理的な意思解釈を尽くしても、なお複数の解釈可能性が残り、契約条項の内容を確定できないという場合がある。このような場合の解釈準則として、条項作成者不利の原則の規定を設けることは、当事者間の公平という観点から有用である。
- 2 消費者契約においては、定型約款に限らず、事業者が一方的に契約内容を作成する場合がほとんどである。したがって、適用範囲を定型約款に限定する必要はないと考える。

2 抗弁の接続／複数契約の無効・取消し・解除

(「中間取りまとめ」)

契約は当事者以外に効力を及ぼすことはできないという原則の例外を設けることとなり、要件を慎重に検討する必要があること、法第5条によって対処できる場合もあることを踏まえ、また、関係法令の運用や改正の動向、裁判例や消費生活相談事例の状況も見定めながら、必要に応じ、検討すべきである。
--

【意見】

「抗弁の接続」「複数契約の無効・取消し・解除」について近い時期の法改正で規定を設けるべきである。

【理由】

1 抗弁の接続について

現代社会では、多くの商品販売契約等と与信契約は、形式的には別当事者間の別契約として行われているが、事案によっては経済的・実質的に見て不可分一体をなしていると認められる事案も少なくない。このような事案において、消費者が供給業者に対しては不実告知等に基づく消費者取消権等を主張できるが、経済的・実質的に供給業者と一体をなしている与信業者は消費者に対して何ら制約無く与信契約上の債務の履行を求めることができるというのは、明らかに不合理な結論である。特に、供給業者の倒産や所在不明などが発生した場合において、上記の問題は消費者に極めて深刻な事態を引き起こす。

現在、割賦販売法において抗弁の接続規定が定められ、活用されている。しかし、与信契約の種類・方式・取引対象等で救済されない場面も少なくない。

実際にも、不当勧誘行為の被害者である消費者が与信業者に対する関係で残存する与信契約の支払債務に苦しむという被害事例は、デート商法被害、電話機等リース被害、副業勧誘サイト被害、サクラサイト被害、投資用DVD被害、高齢者へのつけ込み型不当勧誘被害や過量販売被害など、極めて多い。

今回の法改正で「抗弁の接続」は、検討時間との関係で継続検討課題と位置づけられたが、近い時期における法改正で立法が必要である。具体的には、日弁連改正試案

第26条のような規定を立法すべきである。

【消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）】

(抗弁権の接続)

第26条 消費者が事業者との間で有償の契約を締結するに伴い、当該消費者がその対価の全部又は一部の支払いに充てるため、当該事業者とは異なる事業者（以下「貸主」という。）との間で金銭消費貸借契約を締結する場合であつて、当該有償契約と当該金銭消費貸借契約の目的及び締結の過程に牽連性が認められるときは、当該消費者は、当該有償契約において事業者に対して生じている事由をもって貸主に対する債務の弁済を拒むことができる。

2 前項の規定に反する消費者契約の条項は無効とする。

3 前2項の規定は、金銭消費貸借契約と実質的に同一の機能を有する与信契約に準用する。

2 複数行為の無効・取消し・解除について

現代社会においては、取引の要請にしたがって、1つの取引に各種の契約を組み合わせて利用する現象が多数見られるようになってきている。そして、上記のような複数契約が結合した取引形態の増加に伴って、そのような取引に関与した消費者と事業者との契約トラブルも発生している（例：屋内プールを含むスポーツ施設を利用すること（会員権契約）を主要な目的としたリゾートマンション区分所有権売買契約、AB間（Aは高齢者）のマンション売買契約とAC間のライフケアサービス契約及びAD間のケアホテル会員契約など）。

このような取引社会の実状を踏まえると、取引の目的や当事者らの認識において、複数の契約が一つのパッケージとして相互に密接に関連づけられた契約群であると評価できるような場合には、全体として契約の取消し、無効あるいは解除を主張できるような法規範を定立することが、取引の実態にも、当事者らの認識にも、社会正義の観点にも、法律関係の明確化という観点にも合致すると考えられる。

この点、最判平成8年11月12日民集50巻10号2673頁も、「同一当事者間の債権債務関係がその形式は甲契約及び乙契約といった2個以上の契約から成る場合であっても、それらの目的とするところが相互に密接に関連付けられていて、社会通念上、甲契約及び乙契約のいずれかが履行されるだけでは契約を締結した目的が全体として達成されないと認められる場合」には、甲契約の債務不履行を理由に甲契約と併せて乙契約をも解除できると判示している。

今回の法改正で「複数行為の無効・取消し・解除」も、検討時間との関係で継続検討課題と位置づけられたが、近い時期における法改正で立法が必要である。具体的には、日弁連改正試案第22条のような規定を立法すべきである。

【消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）】

(複数契約の取消し、無効及び解除)

第22条 一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が存在するだけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であつて、各契約の相手方である

事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の取消原因又は無効原因に基づき、複数の消費者契約全部の取消し又は無効を主張することができる。

- 2 一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が履行されただけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の解除原因に基づき、複数の消費者契約全部の解除を主張することができる。

3 継続的契約の任意解除権

(「中間取りまとめ」)

継続的役務受領型契約と継続的商品購入型契約との異同やどの程度の期間の契約を念頭に置くかなど、消費者契約一般に通用する規律の内容としてどのようなものが適当か慎重に検討する必要がある。関係法令の運用、裁判例や消費生活相談事例の状況も見定めながら、必要に応じ、検討すべきである。

【意見】

「継続的契約の任意解除権」について近い時期の法改正で規定を設けるべきである。

【理由】

継続的契約の場合、契約期間が長期間となり、消費者契約においては対価が高額になることが多い。また、契約締結後に転勤など契約を継続することが困難となる事情が生ずる場合もある。さらに、継続的役務提供契約の場合、役務の内容を事前に把握することが困難で、実際にその提供を受けてからその内容を知ることが多い。希望しない継続的契約に長期間拘束され続けることは、消費者にとって大きな不利益である。

また、継続的契約には、委任、準委任など相互解除の自由ないし中途解約権が民法に規定されているものもあるが、継続的な物品販売契約など中途解約権を肯定する明文規定が存在しないものもある。実際にも、長期にわたる新聞、食品、学習教材等の購入契約などの中途解約をめぐる問題が、大きな紛争や苦情の対象となっている。このような消費者トラブルを手当するという観点からも、継続的な物品販売契約などについても中途解約権を明定しておく必要がある。

さらに、事業者の利益保護という観点からは、中途解約の際には事業者から消費者に対して合理的で相当な違約金を請求できること、金銭による解決が可能であることを明らかにすれば、大きな弊害はないはずである。

このように、消費者契約に係る継続的契約においては、消費者に対し、将来的に契約から離脱できる解約権を認めることが必要かつ相当である。

今回の法改正で「継続的契約の任意解除権」は、検討時間との関係で継続検討課題と位置づけられたが、近い時期の法改正で立法が必要である。具体的には、日弁連改正試案第23条のような規定を立法すべきである。

【消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）】

第23条 消費者は、次の各号に該当する消費者契約を、事業者に対し相当な期間を定めて通知することによって、将来に向かって解約することができる。

- 一 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供し、消費者がこれを受領する契約
 - 二 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供する権利を販売し、消費者が当該権利を購入する契約
 - 三 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して物品等を販売し、消費者が当該物品等を購入する契約
 - 四 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり物品を賃貸し、消費者が当該物品を借り受ける契約
- 2 事業者は、前項の規定による中途解約がされた場合、消費者に対し、その名目を問わず、解約手続に必要な事務手数料及び契約期間1か月分の対価（当該消費者契約の性格に照らして合理的に考えられる最小区分の契約期間が1か月未満の場合には、その最小区分の契約期間の対価とする。）を上回る金銭の支払を請求することはできない。
- 3 第1項に規定する中途解約権を認めない消費者契約の条項は不当条項とみなす。
- 4 第1項に規定する中途解約権を制限する消費者契約の条項及び中途解約時に第2項に規定する金額を上回る金銭の支払を定める消費者契約の条項は、不当条項と推定する。

第6 おわりに

【意見】

- 1 中間取りまとめに対する意見を幅広く聴取し、その内容を検証し、それを踏まえて今後の検討作業を進めて行くことには賛成である。
- 2 その上で、まず、意見聴取については、事業者のみならず、消費者や消費生活相談員の団体からも意見を聴取することが必要である。
- 3 また、中間取りまとめの内容検証や今後の検討作業を行う際の視点として第一義的に重視されるべきは、本法の立法目的（第1条）である「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」の是正であり、「消費者の利益の擁護」である。多数生じている消費者被害が防止・救済され、国民の安心・安全な生活が実現される改正とならなくてはならない。事業者の適切な事業活動に対する配慮は必要であるが、消費者契約被害を招来するような事業者の不適切な事業活動は消費者の利益保護の要請に反するもので保護の必要がないことを前提とした議論がなされなければならない。

以 上