

2015年（平成27年）7月17日

消費者契約法専門調査会 御中

大阪弁護士会
会長 松葉知幸

「消費者契約法改正」に関する意見書

消費者契約法は、平成12年4月に制定、平成13年4月1日に施行され、既に14年以上が経過している。

この間、学納金返還訴訟や敷金返還訴訟などで本法が積極的に活用・運用された結果、消費者の利益擁護の観点から画期的な裁判例が次々と出され、また各地の消費者センターなどの相談現場においても本法が積極的に活用されるなど、本法の有用性ないし実効性についてはいうまでもない。

しかし、急速な高齢化社会の進展やインターネット取引の拡大の影響もあって、近年の消費者被害の件数は急増しており、その内容もますます多様化・複雑化しているところ、現行の消費者契約法の規定や解釈では救済が困難なケースや、新たな消費者被害の類型であるために対応できないケースも生じている。

そこで、このように急増し多様化・複雑化する消費者被害を防止し、救済するためには、消費者の利益擁護を直接の目的とする消費者契約法を、より柔軟かつ有効に活用できるよう適切に改正することが強く求められている。

このような法改正の必要性は、「施行後5年を目途に見直しを図ること」とされた平成12年4月の衆参両院の附帯決議、及び消費者基本法の制定を受けて平成17年4月に閣議決定された『消費者基本計画』における「平成19年までに消費者契約法の見直しについて一定の結論を得ること」という要請、平成22年3月に閣議決定された『消費者基本計画』における「消費者契約法に関し、消費者契約に関する情報提供、不招請勧誘の規制、適合性原則を含め、インターネット取引の普及を踏まえつつ、消費者契約の不当勧誘・不当条項規制の在り方について、民法（債権関係）改正の議論と連携して検討します。」という要請に沿うものである。

また、内閣府消費者委員会は、平成23年8月、「消費者契約法の改正に向けた検討についての提言」を発表したのみならず、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」を公表し、消費者契約法の実体法改正が必要な具体的な論点を呈示し、平成26年10月には、消費者庁において、消費者契約法の運用状況を把握するため、同法に関する裁判例、相談事例、ADR（裁判外紛争解決手続）事例など様々な事例を収集し、論点の整理を行った。その結果として、「消費者契約法の運用状況に関する検討会報告書」がとりまとめられた。

加えて、平成21年11月から開始されている法務省法制審議会民法（債権関係）部会

における民法改正論議の中では、民法の原則規定に対する消費者契約の特則の要否・内容が論じられたが、それらは最終的に民法改正ではなく、消費者契約法の実体法改正に委ねられた。

かかる状況の下、平成26年8月5日、内閣総理大臣から内閣府消費者委員会に対し、「消費者契約法（平成12年法律第61号）について、施行後の消費者契約にかかる苦情相談の処理例及び裁判例等の情報の蓄積を踏まえ、情報通信技術の発達や高齢化の進展を始めとした社会経済状況の変化への対応等の観点から、契約締結過程及び契約条項の内容にかかる規律等の在り方を検討すること。」が諮問され（消制度第137号）、平成26年11月から「消費者契約法専門調査会」が設置され、現在も消費者契約法の在り方について審議がなされている。

当会としては、消費者被害の防止・救済と消費者の利益擁護に資する真に実効性のある消費者契約法とするために、消費者契約法専門調査会において問題提起された各事項に関し、下記の意見を踏まえた適正な改正をすべきであると考えている。

記

第1 総則

1 「消費者」・「事業者」概念の在り方（法第2条関係）

【検討事項】

消費者契約法における「消費者」概念に関し、相手方事業者との実質的な格差の有無・程度を考慮して、「消費者」の範囲を広げるべきであるという考え方について、どう考えるか。

（参考）第7回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料2－1頁

【意見】

消費者契約法における「消費者」の範囲を広げるべきである。

具体的には、次のとおりである。

- (1) 不当勧誘に基づく当該契約以外に事業者性を基礎付ける事情がない場合、当該個人は相手方事業者との関係では消費者として扱う旨の規定を置くべきである。
- (2) 事業の実体がない場合には消費者に該当する旨を明文で規定するべきである。
- (3) 事業を行う個人について、自己の事業に直接関連しない取引を行うために当事者となる場合には、原則として消費者に該当し、例外的に、自己の事業に直接関連しない場合でも消費者にあたらないと解するべき事情があるときには、取引の相手方がその事情を立証することにより消費者性を否定する旨の規定を置くべきである。
- (4) 団体が実質的には消費者の集まりである場合、「事業者と実質的に多数の消費者の集まりといえる団体との間における契約については本法が適用される。」等、団体にも消費者契約法が適用されることを法律上明記すべきである。
- (5) 形式的には事業者に該当するが、相手方との間に消費者契約に準ずるほどの格差がある場合、事業者間の契約であっても、当該契約においては当該事業者を消費者とみなす旨の明文規定を設けるべきである。

【理由】

- (1) 不当勧誘による当該契約以外に事業者性を基礎付ける事情がない場合には、従前から事業者性を具備している者と比較して保護の必要性は高い。
- 確かに、取引の安全を図ることも重要であるが、消費者契約法の趣旨・目的に鑑みれば、消費者性判断の基準として要請される客観的・外形的基準によるべきとの要請は、消費者保護より劣後する。
- そうだとすれば、事業者が断定的判断の提供等の不当勧誘により収益性を謳い、素人を引きずり込んだ結果として当該契約が締結された場合には、原則として、当該取引に関し相手方事業者との関係では消費者とみなすべきである。
- (2) 消費者契約法の消費者と事業者との間に存する交渉力・情報の量・質の格差を考慮し、消費者の利益を図るという趣旨、目的に照らすと、かかる場合に消費者にあたらなないと考える理由がなく、消費者として保護されるべきである。
- (3) 自己の事業に直接関連しない取引を行う場合、法が想定している構造的な格差が存在するのが通常であることから、原則として、消費者にあたりと解すべきである。もっとも、法の趣旨にそぐわない場合についてまで保護を及ぼす理由はないため、立証責任を相手方に課すことで消費者性が否定される余地を残しておくべきである。
- (4) 後記(5)とも関連するが、消費者概念は消費者契約法の適用の有無についての基準となるので、結果の具体的妥当性を担保するためには実質的考慮が必要となる。実質的考慮をした裁判例としては、東京地判平成23年11月17日判タ1380号235頁が挙げられるが、かかる裁判例と同趣旨の明文規定を設けることにより、相手方の予測可能性を確保することが望ましい。
- (5) 消費者性を拡大させることにつき懸念する見解もあるが、「消費者」にあたることを主張する者に立証責任を課すことにより、法の適用範囲の不当な拡大は避け得る。裁判例上も、消費者契約法の目的、趣旨から権利能力なき社団につき「消費者」該当性を肯定するものが存在する〔上記(4)の類型〕。消費者概念の相対性を肯定することの副次的な効果として、ある取引において、双方が消費者契約法の適用可能性を頭に置きつつ、交渉や説明、折衝を重ねること、ひいては後日の紛争を予防するという点で両当事者の利益になることも期待できる。
- (6) 消費者契約法は、消費者保護関連諸法との関係において、受け皿的な機能が期待されていることからして、消費者概念の拡大自体は法の趣旨に沿うものである。そのことによる不都合、すなわち、消費者概念の不当な拡大については、取引を類型化した上で法的安定性と保護の必要性の大小に応じ、立証責任の配分や要件の規定の仕方、解釈により回避するべきである。

2 情報提供義務（法3条関係）

【検討事項】

契約締結過程における事業者の消費者に対する情報提供義務（法第3条第1項後段）について、

- (1) 努力義務を法的義務とすることについて、どう考えるか。具体的には、従来、消費者契約において、信義則上の情報提供義務として認められることを踏まえて、事業者の消費者に対する情報提供義務を規律することが考えられるが、どうか。

(2) 法的義務としての情報提供義務を規律する場合、事業者の情報提供義務の発生要件、提供すべき情報の範囲について、どのように要件及び範囲を定めることが適当か。また、情報義務違反の効果について、消費者が事業者に対して損害賠償請求をすることができるようにすることが考えられるが、どうか。

(参考) 第7回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料2-13頁

【意見】

「当該情報が消費者の契約締結の意思決定に重要な影響を及ぼすものであること」に限定し、契約締結課程における事業者の情報提供義務を法的義務とし、義務違反行為の効果について損害賠償請求を可能とすべきである。

【理由】

(1) 現行法は、事業者と消費者との間に存する情報の質・量並びに交渉力の格差を認め(法第1条)ながらも、事業者による情報提供は努力義務にとどめている(法第3条第1項後段)。

悪質商法に限らず、通常取引においても商品・サービスの内容が複雑化(通信サービス・金融商品・美容医療等)してきているケースにおいて、業者側からの情報提供が不十分なためにトラブルが発生しているケースが少なからず存する。

平成16年改正の消費者基本法は、事業者に対し、その供給する商品及び役務について「消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること」を責務とする規定(同法第5条第1項第2号)を、同年改正の特定商取引法が重要事項の故意の不告知を禁止行為として取消効を付与していること、同17年及び同22年消費者基本計画の中で検討事項としてあげられている。

また、例えば、教育訓練給付制度を利用して講座を受講することを希望していた消費者に対し、講座を運営している事業者が、予約制では当該給付制度を利用することができない旨の正確な説明をしなかったことに関して、法第3条第1項に触れながら、取引上の信義則を根拠として、告知・説明義務違反による損害賠償責任を認めた裁判例も存する。

そもそも、現行法は、事業者と消費者との間に存在する情報の質・量・交渉力の構造的な格差を是正して、消費者の利益擁護を図ることをその立法目的としている(法第1条)。とすれば、事業者に課せられる情報提供義務が努力義務に止まるのであれば、実効的な消費者保護を図れない。また、裁判例でも悪質商法に限らず、通常取引において、事業者に信義則を根拠として情報提供義務を認めていることからすれば、情報提供義務を法的義務として明文化すべきである。

(2) 次に、その範囲について、現行法が事業者が消費者へ提供することを要請している情報とは、「消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての」情報のことであるとされており、「(標準的な)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」重要なものよりは広い概念とされている(消費者庁企画課編『逐条解説消費者契約法〔第2版〕』〔商事法務〕97頁)。

他方、情報提供義務違反の効果として後述の通り消費者に損害賠償請求権を認める以上、同義務の範囲が広範なものになると、事業者の予測可能性が害されることにな

る。

そこで、情報提供義務が認められる範囲は「当該情報が消費者の契約締結の意思決定に重要な影響を及ぼすものであること」に限定すべきである。

- (3) 最後に情報提供義務違反の効果としては、契約内容や提供されなかった情報の内容等によっては、損害賠償請求によっても適切な紛争解決が図れるケースもあり、また柔軟な紛争解決を可能とするため賠償請求を認めるべきである。

3 契約条項の平易・明確化義務（法第3条関係）

【検討事項】

事業者が、消費者契約の条項を定めるに当たって、消費者の権利義務その他の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すべきこと（法第3条第1項前段）について、

(1) 努力義務とされているのを法的義務とすることについて、どう考えるか。

(2) また、条項が明確かつ平易でないために、消費者契約に含まれる条項の意味が、契約解釈の一般原則に従った解釈を尽くしてもなお複数の解釈の可能性が残る場合には、条項使用者である事業者にとって不利な解釈を採用することとする旨の規定を設けることについて、どう考えるか。

(参考) 第7回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料2-25頁

【意見】

事業者が消費者契約の条項を定めるに当たって、消費者の権利義務その他の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とするべきことを法的義務とすべきである。

また、複数の解釈の可能性が残る場合、条項使用者である事業者にとって不利な解釈を採用することとする旨の規定を設けるべきである。

【理由】

法第3条第1項は、契約条項について平易かつ明確な言葉になるよう配慮するよう努めなければならない旨規定し、単なる努力義務としている。

例えば、携帯電話代の料金体系のトラブルが多発している現状は、契約条項の明確化・平易化が進んでいない証左といえる。また、損害保険の保険金不払いの問題は、消費者のみならず事業者までもが十二分に契約内容を把握出来ていなかったことが原因といえる。また海外に本店がある会社のインターネット上のサイトを利用する際に、契約内容の日本語訳が不明確なためトラブルに発展しているケースも多々ある。

契約条項が明確でありかつ平易であることは、消費者にとって商品・役務の選択という契約締結段階のみならず、商品・役務の利用という契約締結後の段階においても重要である。また事業者にとっても紛争の未然防止、紛争の迅速な解決に繋がるものである。

現行法は、事業者と消費者との間に存する情報の質・量並びに交渉力の格差を認めている（法第1条）ことに鑑みれば、契約条項の平易化・明確化は努力義務では不十分であり、事業者の義務として明文化すべきである。

仮に、契約条項が不明確さゆえに合理的な意思解釈を行っても複数の解釈可能性が

残り、明確な結論を得ることが出来ない場合には、事業者にとって最も不利な解釈を採用すべきとの解釈準則をもあわせて規定することで契約条項の平易化・明確化が促進されるといえる。

4 消費者の努力義務（法第3条関係）

【検討事項】

消費者の努力義務について、法第3条第2項の規律を削除すべきという考え方があるが、どう考えるか。

（参考）第7回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料2－38頁

【意見】

消費者の努力義務規定について、法第3条第2項の規律を削除すべきである。

【理由】

法第3条第2項は、消費者は消費者契約を締結するに際し、事業者から提供された情報を活用し、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について理解するよう努力すべきと規定する。しかし、努力規定とはいえ、当該規定が存するために、当該条項を根拠に過失相殺を認めた事例が出ている。

また、消費者の情報収集能力には時間的・能力的（特に高齢者）限界が存することに鑑みると、削除すべきである。

第2 不当勧誘に関する規律

1 「勧誘」要件の在り方（法第4条関係）

【検討事項】

事業者による不特定の消費者に対する働きかけであっても、一定のものについては、そこに不実告知等があり、消費者がそれによる誤認に基づいて意思表示をした場合には、消費者契約法の取消しの規律を適用することとするという考え方について、どう考えるか。

<具体的な対応>

【甲案】「消費者契約の締結について勧誘をするに際し」という文言に代えて、「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するに際し」という趣旨の文言とする。

【乙案】「消費者契約の締結について勧誘をするに際し」という文言に代えて、「消費者契約の締結について勧誘（不特定の者に対するものを含む。）をするに際し」という趣旨の文言とする。

【丙案】「消費者契約の締結について勧誘をするに際し」という文言を維持し、解釈に委ねる。

（参考）第13回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1－1頁

【意見】

「勧誘するに際し」という文言を削除し、「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するに際し」という趣旨の文言とすべきである。

また、上記のとおりとしないとしても、少なくとも広告等不特定多数に対するものも含むという点を明らかにするために、「勧誘（不特定の者に対するものを含む。）するに際し」とすべきである。

【理由】

- (1) 消費者被害の実態において、不特定多数向けのパンフレット等が勧誘手段となっていることを認める多くの裁判例があること、及びインターネット普及に伴う情報発信・収集方法の多様化により、消費者が、当該サイトに表示された情報を踏まえて契約締結した結果トラブルに巻き込まれるなどの事案も散見される。

そもそも、事業者は、契約締結に向けて、即ち契約締結の意思表示に影響を与えるために広告等を出すものであることからすると、不特定多数向けの働きかけと思われる広告等であっても、消費者の意思形成に向けた働きかけの程度が強く、消費者が、その結果意思表示をしたと客観的に判断することが可能な場合は、不当勧誘に関する規定を適用すべきである。

- (2) 現行法の「勧誘に際し」という要件は、特定の者に向けた勧誘方法は含まれるが、広告等のように、不特定多数の者に向けた勧誘方法は含まれないという解釈を導きうるという問題がある。

これを解消するには、勧誘に際しという文言を削除し、「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するに際し」という趣旨の文言とするか、勧誘（不特定の者に対するものを含む）とすることで足りる。なお、同じく、消費者保護を図るための法律である金融商品取引法等においては、消費者契約法のような「勧誘するに際し」という文言ではなく、「契約の締結に際し」や、「契約の締結又はその勧誘に関して」といった文言を用いている。

- (3) 例えば、販売業者がメーカーの発表する（誤った）商品説明を引用しているに過ぎない場合のように、契約当事者となる事業者はその不適切な情報提供に関する帰責性がない場合であったとしても、不当表示により消費者から責任を問われた事業者は、そのメーカー等他の事業者に対し責任追及することで損害回復を図ることができる。これに対し、不適切な情報提供に関する責任の所在を容易に判断できない消費者に取消権等の消費者契約法上の効果を認めないことは、酷に過ぎることから、事業者が、当該広告等の記載や説明に関与している場合に限定すべきではない。

2 断定的判断の提供（法第4条関係）

【検討事項】

断定的判断の提供（法第4条第1項第2号）の対象となる事項（「将来における変動が不確実な事項」）について、将来における変動に関する事項や財産上の利得に影響する事項に限らないこととすべきという考え方について、どう考えるか。

<具体的対応>

【甲案】「将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額」という例示を削除し、断定的判断の提供の対象を、「将来における変動が不確実な事項」又は「不確実な事項」とする。

【乙案】（財産上の利得に影響しない事項も断定的判断の提供の対象となり得るという

考え方を前提として) 現行法の文言を維持した上で、個々の事案における解釈に委ねる。

(参考) 第8回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料2-15頁

【意見】

「将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額」という例示を削除し、断定的判断の提供の対象を、「将来における変動が不確実な事項」、又は単に、「不確実な事項」とすべきである。

【理由】

(1) 「将来における……受け取るべき金額」という例示の削除

① 事業者(専門家)が不確実な事項について断定的判断を提供して勧誘した場合、消費者(素人)は信じ込みやすく、適切な判断による自己決定ができないことから、不当な勧誘行為として取消を認めようという法第4条第1項第2号の趣旨は、財産上の利得に影響する事項のみならず、およそ「不確実な事項」一般に妥当する(日弁連消費者問題対策委員会編『[第2版]コンメンタール消費者契約法』[商事法務]72頁)。

② 「不確実な事項」という文言は、金融商品取引法等、断定的判断の提供についての規定を設けている多くの法律に用いられていることから、消費者契約法においても同様の規定を設けたとしても、何らの問題も生じるものではなく、かかる規定を設けることで逆に消費者被害救済に資するという点を重視すべきである。

(2) 留意点-契約目的物がもたらす効果・効能に関する事項が問題となる例

例えば、①家庭教師契約における成績上昇や、②印鑑購入契約における運氣上昇等、不確実な事項であるにもかかわらず、事業者が、説明する効果・効能の実現が確実であるという断定的判断の提供をした結果、消費者が、その効果・効能の実現が確実であると誤認して意思表示をしたような場合、その実現が客観的事実により確認できるものか否かを問わず、他の事例と同様の取扱いをすべきである。

もっとも、上記①のように、効果・効能の実現のためには、消費者本人が一定の努力を要する場合があるなど、個別の事情によっては、消費者の誤認や因果関係を認めることはできない事案が存在することを否定するものではない。

なお、消費者庁資料において、上記①のような事例について、当該契約の目的物につき、事業者が断言した効果・効能を実現するだけの性質・性能を有していなかった場合について、事業者の不実告知としてとらえることも考えられるとされる点については肯定し得る。

また、運勢の好転を望む消費者の心理状況を利用して契約締結している上記②のような事例について、「不当勧誘に関する一般規定」の論点において検討することもできるとされる点について、上記の要件・効果等が明らかになった時点で検討するというのであれば、これも肯定し得る。

3 不利益事実の不告知(法第4条関係)

【検討事項】

(1) 不利益事実の不告知(不実告知型)

不利益事実の不告知（不実告知型）について、先行行為要件（「利益となる旨を告げ」ること）を維持した上で、不告知の故意要件（「故意に告げなかったこと」）を削除する考え方について、どう考えるか。

<具体的な対応>

現行法の不実告知（法第4条第1項第1号）とあわせて、「消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実（当該告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を告げなかったことにより、当該事実が存在しないとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる」という趣旨の規定を設ける。

（参考）第13回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-25頁

（2）不利益事実の不告知（不告知型）

- ① 契約締結過程における事業者の消費者に対する情報提供義務が問題となる事案のうち、契約の効力を否定すべきものについては、不利益事実の不告知（不告知型）において検討してはどうか。
- ② 不告知型について、不告知の故意要件（「故意に告げなかったこと」）を維持した上で、先行行為要件（「利益となる旨を告げ」ること）を削除する場合、取消しが認められる故意の不告知の対象となる事項をどのように限定するか。
- ③ 情報提供義務を法的義務とした上で、情報提供義務違反の効果として消費者が事業者に対して損害賠償を請求することができるとする場合、情報提供義務の発生要件をどのように定めるか。

（参考）第13回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-36頁

【意見】

不利益事実の不告知（法第4条第2項）について、「不利益事実の不告知」を「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場合）、及び「不告知型」（それ以外の場合）の2つの類型に分けた上で、

- （1）「不実告知型」については、故意要件を削除すべきである。
- （2）「不告知型」については、情報提供義務違反により契約の効力を否定すべきものも検討されるべきである。

また、不利益事実の不告知の主観的要件は、故意ではなく過失で足りるとすべきである。

さらに、情報提供義務を法的義務とした上で、情報提供義務違反の効果として消費者が事業者に対して損害賠償を請求することができるとする場合、情報提供義務の発生要件は、前記2の理由中に記載したとおり、「当該情報が消費者の契約締結の意思決定に重要な影響を及ぼすもの」とすべきである。

【理由】

- （1）類型化について

不利益事実の不告知が問題となった事例を分類すると、利益となる旨の告知が具体的に不利益事実との関連性が強い場合と、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場合に分けられる。

前者は、利益となる旨の事実だけを告知し、それと表裏一体をなしている不利益事実を告知しない場合、消費者はその不利益が存在しないと考えることが通常であることから、全体として不実告知と評価し得るべきものである。他方、後者は不利益事実が告げられなかったことで、消費者がそのような事実は存在しないものと誤認して契約締結に至る場合で、両者の間には行為の悪性の程度に高低がある。そこで、両者を類型化し、それぞれについて要件を検討すべきである。

(2) 「不実告知型」について

① 故意要件について

法第4条第2項は、このような類型の不利益事実の不告知の場合にも、消費者が取消権を行使できる要件として「故意」を要求している。

この「故意」の要件に関しては、「当該消費者に不利益な事実が存在することの認識」で足りるという見解もあるが、他方で、「当該事実が当該消費者の不利益となるものであることを知っており、かつ、当該消費者が当該事実を認識していないことを知っていながら、あえて」の意味であるとする見解もある（消費者庁企画課編『逐条解説消費者契約法〔第2版〕』〔商事法務〕120頁）。後者の見解をとれば、民法上の詐欺の故意とほぼ変わりはなく、本条項をあえて規定する意味はない。また、前者の見解を採ったとしても、消費者が事業者の故意を立証する困難性は変わらない。

そもそも、当該事業者の行為により、消費者が通常考える不利益事実が生じたことからすれば、かかる不利益事実を告知すべき説明義務が当該事業者に発生するものと考えられる。このように説明義務が発生しているにもかかわらず説明を怠ったことは、それ自体が当該事業者の落ち度といえ、事業者の帰責事由や故意・過失を必要とし、規定の適用範囲を限定的にすることは妥当でないといえる。

不実告知型は、消費者にとって利益となることと不利益事実が表裏一体をなすにもかかわらず、利益となる旨を告げて、不利益事実は存在しないと思わせる行為であり、不作為による不実告知といえるものであることから、不実告知（法第4条第1項第1号）の場合に、主観的要件が要求されていないこととのバランス上も、故意・過失は不要とすべきである。

② 先行行為要件についての付言

現行法は、先行行為要件を「利益となる旨を告げる」こととしている。しかし、事業者が利益告知をしなくとも、事業者が消費者にある不利益事実が存在しないと思わせるような場合はあり得る。とすれば、重視すべきは、当該事業者が消費者に対して、ある不利益事実が存在しないと誤信させる態度・言動をとったかどうかであり、「不実告知型」の先行行為要件もそのように解すべきである。

したがって、先行行為要件については、利益告知に加え、事業者が不利益な事実がないかのような態度・言動をとることにまで拡張すべきである。

(3) 「不告知型」について

- ① まず、前提として、法第3条第1項後段の情報提供義務を法的義務とすべきである。そもそも、現行法は、事業者と消費者との間に存在する情報の質・量・交渉力の構造的な格差を是正して、消費者の利益擁護を図ることをその立法目的としている（法第1条）。とすれば、事業者に課せられる情報提供義務が努力義務に止まるのであれば、実効的な消費者保護を図れない。また、裁判例でも悪質商法に限らず、通常取引において、事業者信義則を根拠として情報提供義務を認めていることからすれば、情報提供義務を法的義務として明文化すべきである。
- ② 次に、その範囲について、現行法が事業者が消費者へ提供することを要請している情報とは、「消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての」情報のことであるとされており、「（標準的な）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」重要なものよりは広い概念とされている（消費者庁企画課編・前掲97頁）。
- 他方、情報提供義務違反の効果として消費者に取消権を認める以上、同義務の範囲が広範なものになると、事業者の予測可能性が害されることになる。そこで、情報提供義務が認められる範囲は「当該情報が消費者の契約締結の意思決定に重要な影響を及ぼすものであること」に限定すべきである。
- ③ 加えて、事業者が情報提供義務違反があった場合に、いかなる場合であっても消費者に取消権を認めることになると、仮に事業者が落ち度がなかったとしても当該契約が取り消されることになり、事業者の適正な経済活動に支障をきたす恐れがある。そこで、事業者の情報提供義務違反があった場合に消費者に取消権を認める前提として、民法上の債務不履行同様、事業者の過失を要求すべきである。

4 重要事項（法第4条関係）

【検討事項】

「重要事項」（法第4条第4項）について、不実告知（法第4条第1項第1号）及び不利益事実の不告知（不実告知型）に適用されることを念頭に、同条第4項各号に限られないこととすべきという考え方について、どう考えるか。

<具体的な対応>

【甲案】法第4条第4項各号の事項に「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」のほか、例えば（事例2-2-6を念頭に）「当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件が有利であると認められる事情に関する事項」や（事例2-2-7を念頭に）「当該消費者契約の締結が合理的であると認められる事情に関する事項」等の事項を加える。

【乙案】法第4条第4項各号の事項に「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」を加えた上で、同条項各号が例示であることを明示する。
（参考）第13回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-30頁

【意見】

「重要事項」（法第4条第4項各号）については、これらを削除し、重要事項とは、「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」とすべきである。

【理由】

(1) 法第4条第4項は、不実告知及び不利益事実の不告知による取消の対象である「重要事項」を、「物品、権利、役務、その他の当該消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容」（同項1号）又は「物品、権利、役務、その他の当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件」（同項2号）と規定しているが、これらの定義は狭きに失し、取消権の範囲を過度に制限するものである。

(2) 不実告知による取消権は、事業者側の不実の告知により消費者がこれを真実だと信じて締結した契約について、この契約を維持させることが相当ではないとの価値判断に基づくものであるが、締結された契約を維持させるべきでない程の問題が生じる場面は、「契約の目的となるものの質、用途その他の内容」や「契約の目的となるものの対価その他の取引条件」に限られるわけではない。

「消費者が消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」に関する不実告知は、当該事項に錯誤が無ければ契約を締結しなかったことが明らかである。また、それにとどまらず、契約を維持させるべきでない不実告知は、勧誘の種類によって様々存在する。特定商取引法が平成16年改正による取消権の規定の際に、「・・・契約に関する事項であって、顧客または購入者もしくは役務の提供を受けるものの判断に影響を及ぼすこととなる重要な事項」という包括的な規定をおいたのは、この価値判断に基づくものである。

(3) この点、事業者側の予測可能性を理由に、上記規定は広範に過ぎるという意見もある。

しかし、「通常」との限定を付していることから、事業者側には予測可能性が十分担保されている。上記の改正を行っても、事業者側になされる要請は勧誘において事実を反することを述べない、正確な情報をもって勧誘をすべきだというだけのものである。さらに何らかの過誤で事実を反することを述べても、「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」でなければ契約は有効であり、消費者が誤認しなかった場合も契約は有効なままである。反面、これらの事項に不実の情報提供があり、消費者が誤認した場合に、契約が維持されるべきでないのは当然である。

(4) よって、法第4条第4項の「重要事項」は、「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をいうとする」と改正されるべきである。不利益事実の不告知についても、不告知が取消の対象となる「重要事項」は、上記同様に改正すべきである。

同規定は、事業者が、消費者にとって、利益となる事実を告げながら、一定の不利益となる事実を告げない行為が、不実告知による勧誘と同視できるとして、そのような勧誘による契約の取り消しを認めるものであるかが、締結された契約を維持させるべきでない程の問題が生じる場面は、現行の狭い「重要事項」に限られるものでないからである。また、「通常」との限定により、事業者側に不測の不利益が生じるものでもない。したがって、重要事項を具体的に限定する必要性はないといえるし、もし具体的な重要事項を記載する場合、各事由は例示であることを明記する必要がある。

5-1 不当勧誘に関するその他の類型①-「事業者の行為により自由な意思決定がゆがめられる類型」（法第4条関係）

【検討事項】

困惑類型の取消し（法第4条第3項）について、不退去（同条項第1号）及び監禁（同条項第2号）だけでなく、執拗な電話勧誘の事例や威迫等による困惑の事例なども踏まえ、その対象となる類型を追加すべきという考え方について、どう考えるか。

<具体的対応>

（1）執拗な電話勧誘

【甲案】法第4条第3項に、執拗な電話勧誘を追加する（例えば、同条項に、「当該事業者に対し、当該消費者が、電話による勧誘を中止すべき旨の意思を示したにもかかわらず、当該勧誘を継続すること」という趣旨の号を追加する。）。

【乙案】法第4条第3項について、勧誘の手段を限定しない一般的な規定とする（例えば、「消費者は、事業者が消費者契約の締結の勧誘をするに際し、消費者が当該消費者契約を締結しない旨の意思（当該勧誘を引き続き受けることを希望しない旨の意思を含む。）を表示したにもかかわらず、当該勧誘を継続したことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる」という趣旨の規定とする。この場合、法第4条第3項各号は、例示として残すということも考えられる。）。

（2）威迫等による勧誘

【甲案】「消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、威迫したことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる」という趣旨の規定を設ける。

【乙案】「消費者は、事業者が、粗野若しくは乱暴な言動を交えて、又は迷惑を覚えさせるような方法で、消費者契約の締結について勧誘したことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる」という趣旨の規定を設ける。

（参考）第9回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-1頁

【意見】

困惑取消しの対象となる類型を追加すべきである。

具体的には、

- （1）電話勧誘に限定せず、執拗な勧誘一般について、困惑取消の対象とすべきである。
- （2）「威迫等による勧誘」について、「消費者は、事業者が、粗野若しくは乱暴な言動を交えて、又は迷惑を覚えさせるような方法で、消費者契約の締結について勧誘したことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又はその意思表示をしたときは、これを取り消すことができる」という趣旨の規定を設けるべきである。

【理由】

- （1）消費者が、事業者の不当な勧誘行為により困惑して契約を締結するのは、不退去（法

第4条第3項第1号)及び監禁(同条項第2号)に限られるものではない。消費者の心理的不安をあおることや、あるいは強迫的言動を行うことで、消費者を困惑させて契約に至らしめる被害事例が見受けられる。

したがって、不退去・退去妨害以外の困惑惹起行為を追加することが必要である。

(2) 「執拗な電話勧誘」について

平成27年5月13日付消費者庁プレスリリースによれば、ほとんどの人が電話勧誘を迷惑であると感じている。

そのような電話勧誘が執拗に行われれば、消費者が困惑するのは明らかである。

しかし、このような被害は電話勧誘に限られない。執拗に自宅に訪問する、職場に訪問するという事案も存在するところである。

したがって、電話勧誘のみを規制対象とする合理的理由はなく、広く執拗な勧誘手段からの被害救済を図り得る考え方をとるべきである。

(3) 「威迫等による困惑」について

現行法の枠組みである不退去・退去妨害、また前述の執拗な勧誘以外にも、事業者による威圧的な言動により消費者が困惑し、契約を締結してしまったケースは少なくない。

そのため、「威迫」、「粗野若しくは乱暴な言動」という文言を困惑惹起行為に付加することは賛成である。

もっとも、威迫、粗野若しくは乱暴な言動という、事業者による攻撃的な言動の他に、消費者の不安をあおったり、あるいはつけこんだりすることがある。

そうであるならば、甲案のように「威迫」に限るよりも、それに限定せず「迷惑を覚えさせるような方法」をも含むほうが消費者被害の実態に合致している。

ただし、表現として「迷惑を覚えさせるような方法」では、上述の消費者の不安をあおったり、つけこんだりした結果困惑した場合の救済が図れないのではないかと、疑念が残る。そこで、迷惑と並列する形で不安という文言を付加すべきである。

5-2 不当勧誘に関するその他の類型①-「事業者の行為により自由な意思決定がゆがめられる類型」(法第4条関係)

【検討事項】

消費者契約法において不招請勧誘に関する規律を設けるという考え方について、どう考えるか。

<具体的対応>

【甲案】消費者契約において指摘される様々な問題点の発生の抑止を図る観点から、行為規制を設けるとともに、適格消費者団体による差止請求の対象とする。

【乙案】不招請勧誘により消費者が被った損害(消費者が契約を締結した場合だけでなく、契約の締結に至らなかった場合も含む。)に関する事業者の損害賠償義務を規定する。

【丙案】不招請勧誘により消費者が契約を締結した場合において、契約の取消権を規定する。

(参考) 第9回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-1頁

【意見】

不招請勧誘により消費者が被った損害（消費者が契約を締結した場合だけでなく、契約の締結に至らなかった場合も含む。）に関する事業者の損害賠償義務を規定すべきである。

【理由】

不招請勧誘は、その字句のとおり消費者の都合を一切無視した勧誘方法であり、消費者の私生活の平穩を奪うばかりでなく、消費者契約被害の温床になっている。

そうであれば、不招請勧誘が端的に違法であることを示し、かつ消費者に救済手段を与える必要性は高い。

甲案は、行為規制を設けるという点では評価できるが、適格消費者団体による差止請求の対象とするに止まり、被害者の救済手段についての手当てが無いので賛成できない。また、丙案は、取消権を規定するのみで、やはり被害者の救済手段についての手当てが無いので賛成できない。

被害に遭った消費者の手元にお金が戻ってきて初めて被害回復となるのだから、事業者の損害賠償義務を規定している乙案に賛成する。乙案を採用しても、困惑取消しを妨げるものではなく、また両立し得るものであるから、問題はない。

なお、海外の動向をみると、電話勧誘拒否登録制度（Do Not Call Register）が導入されており、わが国でも導入すべきである（導入の際はオプトイン規制が望ましい。）。この制度と、消費者契約法上の本規律を車の両輪として消費者保護のために運用するのが望ましい。

6 不当勧誘に関するその他の類型②－「合理的な判断をすることができない事情を利用する類型」（法第4条関係）

【検討事項】

事業者が、消費者の判断力の不足、知識の不足、経験の不足、抑圧状態、従属関係その他の当該消費者が法律行為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があることを利用して契約を締結させた場合について、消費者契約法に規律を設けるべきという考え方について、どう考えるか。

<具体的対応>

【甲案】消費者契約において、いわゆる暴利行為に当たるとして、公序良俗（民法第90条）に反し無効となる場合を明確化する（例えば、「消費者の困窮、経験の不足、知識の不足その他の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があることを利用して、事業者に不当な利益を得させ、又は消費者に不当な不利益を与える法律行為は、無効とする」という趣旨の規定を設ける。）。

【乙案】暴利行為準則とは別に、判断力の不足、知識の不足、経験の不足等の事情のある消費者が契約を締結した場合についての取消し又は解除の規定を設ける（例えば、事業者が、消費者に、困窮、経験の不足、知識の不足その他の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があることを認識した上で消費者契約を締結した場合であって、当該消費者契約の目的物が、日常

生活において通常必要とされる分量を超える場合に、取消権又は解除権を認める。)

(参考) 第9回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-11頁

【意見】

暴利行為の準則とは別に、判断力の不足、知識の不足、経験の不足等の事情のある消費者が契約を締結した場合についての取消又は解除の規定を設けるべきである。

ただし、契約内容の過量性・不当性を問うべきではない。

【理由】

判断力の不足、知識の不足、経験の不足等の事情のある消費者が契約を締結してしまった場合、可能な限り契約の解消が認められるべきであり、要件を緩和すべきである。また、被害にあった消費者が、なお自らの意思で追認するのであれば、その意思はまた尊重されるべきである。

そうであれば、無効とするのではなく、取消又は解除とするのが妥当であり、その限りにおいては乙案に賛成する。

もっとも、乙案では「日常生活において通常必要とされる分量を超える場合」と、過量販売のケースしか取消又は解除を認めないような書きぶりになっているが、この点は反対である。すなわち、現実には起きている消費者被害は、事業者が消費者の判断力・知識・経験の不足等に付け込んで、消費者に契約させているところに問題がある。すなわち過量ではないにしても、消費者は、事業者により上記不足を付け込まれたことにより望まない契約を締結してしまうことがあり、そのような被害は、特に高齢者や病者に多い(例えば、大阪高判平成21年8月25日判時2073号36頁)。

過量販売に限ってしまうと、甲案と異なるところがなく、過量販売でない消費者被害の救済が図れず妥当でない。

過量販売に限定する必要は無く、適合性が無い、消費者にとって不必要な契約をさせられた、そのような場合に取消権または解除権を認めるような後段要件が望ましい。

7 第三者による不当勧誘(法第5条関係)

【検討事項】

(1) 消費者の事業者に対する意思表示について、第三者が不当勧誘行為を行った場合において、消費者が当該第三者の行為による誤認又は困惑に基づいて意思表示をしたことを、事業者が知っていたとき又は知ることができたときには、当該消費者がその意思表示を取り消すことができるという趣旨の規定を設けるという考え方について、どう考えるか。

(※) 委託を受けていない第三者の行為が問題となる場合については、1-1.の論点の結論に関わらず、現行法の「勧誘」の規定を維持するという考え方もあり得る。

(2) 法第5条第1項の「消費者契約の締結について媒介をすることの委託」という文言に代えて、「消費者契約の締結について勧誘をすることの委託」という趣旨の文言とすることにより、同条項の適用場面を拡大することを明示するという考え方もあるが、この点については、現行法の解釈に委ねることとしてはどうか。

【意見】

消費者の事業者に対する意思表示について、第三者が不当勧誘行為を行った場合において、消費者が当該第三者の行為による誤認又は困惑に基づいて意思表示をしたことを、事業者が事実を知っていたとき又は知ることができたときには、当該消費者がその意思表示を取り消すことができることとすべきである。

また、法第5条第1項の「消費者契約の締結について媒介をすることの委託」という文言に代えて、「消費者契約の締結について勧誘をすることの委託」という趣旨の文言とすることにより、同条項の適用場面を拡大すべきである。

【理由】

- (1) 近時の消費者被害事案では、いわゆる劇場型の勧誘の中で不実告知がなされる事例など事業者による不当勧誘が巧妙化している。

しかしながら、現行法では、媒介の委託を受けた第三者による不当勧誘については、消費者はこれに基づく意思表示を取り消すことができるものの、事業者から委託を受けていない第三者による不当勧誘の場合には、消費者はこれを取り消すことができない。

この点、民法第96条第2項は、第三者による詐欺について、相手方がその事実を知っていた場合には表意者は意思表示を取り消すことができるとされており、さらに民法改正法案においては、相手方はその事実を知り、又は知ることができた場合に取り消すことができるとされている。

かかる民法（及び民法改正法案）の考え方は、消費者契約における第三者による不当勧誘の場合にも当てはまるというべきである。

- (2) この点、第三者の不当勧誘による意思表示を取り消すことを認めることに対しては、例えばロコミやテレビでの芸能人のコメントやネット上の掲示板等での書き込みにより消費者が誤認・困惑した場合まで含まれることとなり、広すぎるとの批判がある。

しかし、このような場面においては、事業者は、第三者が不当勧誘行為を行った事実を知っているときは格別として、通常、消費者が当該第三者の行為による誤認又は困惑に基づいて意思表示をしたことを知ることができたときに当たらないと考えられる。かつ不当勧誘についてそれぞれ適用のための要件が定められていること、第三者による詐欺の要件と同様の定めであることからして、広すぎることはない。

- (3) 現行法第5条では、媒介の委託を受けた第三者及び代理人による不当勧誘について消費者はその意思表示を取り消すことができるとされている。

その趣旨からすれば、他人間との間に法律行為が成立するように第三者が両者の間に立って尽力するという趣旨の厳格な意味での「媒介」に限ることは不当である。むしろ、不当勧誘を行った事業者から勧誘の委託を受けた勧誘補助者による不当勧誘の場面においても、当該事業者が責任を負うことを端的に明確化すべきである。

8 取消権の行使期間（法第7条関係）

【検討事項】

法第7条第1項に定める取消権の行使期間を新調すべきという考え方について、どう

考えるか。また、伸張することとした場合、具体的な行使期間としては以下の考え方があり得るが、どう考えるか。

<具体的対応>

短期 【甲案】 追認をすることができる時から1年間

【乙案】 追認をすることができる時から3年間

【丙案】 追認をすることができる時から5年間

長期 【甲案】 当該消費者契約の締結の時から10年間

【乙案】 当該消費者契約の締結の時から20年間

(参考) 第9回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-49頁

【意見】

短期は5年、長期は10年とすべきである。ただし、長期を20年とすることには反対しない。

【理由】

(1) 消費者契約においては、短期・長期とも現行法の行使期間を経過した後になって初めて被害相談がなされることが多いことは、消費者庁提出資料にもあるとおりであり、短期・長期とも行使期間を伸張すべき必然性は高い。

(2) 他方で、取消権の行使期間を長くすることにより、法律関係の安定性が損なわれるとの指摘があり、現行法は、民法に基づく取消権より短く規定している。

しかし、そもそも取消権を行使できるのは、事業者により不当勧誘がなされ、その結果消費者が誤認等した場合であるところ、早期に法律関係を安定させることにより、不当勧誘を行った事業者を保護すべき理由はない。また消費者契約であるからとの理由により民法に基づく取消権より時効期間を短くすべき必然性はない。

(3) 以上からすれば、取消権の行使期間は、本来民法に基づく取消権に合わせるべきとも思われるが、仮に消費者契約については民法に基づく取消権と同等の行使期間とすることが妥当でないとしても、現行法は短きに過ぎる。

この点、民法改正法案は、債権の消滅時効における原則的な時効期間について、時効期間の単純化・統一化を図るため、短期5年、長期10年としている。

そこで、法体系のわかりやすさの観点からも、消費者契約の取消権も民法の債権の消滅時効に合わせ、短期5年、長期10年とすることが適当である。

第3 不当条項に関する規律

1 事業者の損害賠償責任を免除する条項①—人身損害の責任を一部免除する条項(法第8条関係)

【検討事項】

法第8条第1項2号及び第4号について、人身損害については、事業者の軽過失によるものであっても、事業者の責任の一部を免除する条項を無効とすべきであるという考え方について、どう考えるか。

<具体的な対応>

【甲案】 現行法の規定を修正し、事業者の軽過失による人身損害について責任の一部

を免除する条項は、無効とする。

【乙案】現行法の規定を修正し、事業者の軽過失による人身損害について責任の一部を免除する条項は、原則として無効とし、合理性がある場合に限り、例外的に有効とする。

【丙案】現行法の規定を維持した上で、法第10条の解釈・適用に委ねる。

(参考) 第10回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-1頁

【意見】

法第8条第1項第2号及び第4号の規定を修正し、事業者の軽過失による人身損害について責任の一部を免除する条項は、無効とすべきである。

【理由】

生命・身体は、他の法益と比べて要保護性が高く、合意による処分には適さない。また、契約締結時点では、損害の発生及び内容が未確定であるにもかかわらず、消費者・事業者間の構造的な情報・交渉力格差のため、消費者は事業者の損害賠償責任免除条項を含む消費者契約締結を余儀なくされる危険は大きい。

他方で、一部責任免除条項を無効としたとしても、損害の発生について、消費者にも責任がある場合は、過失相殺等を認めることで、事業者の責任負担を軽減することもできることから、専ら事業者にとって不利益となるだけではない。

2 事業者の損害賠償責任を免除する条項②—「民法の規定による」不法行為責任を免除する条項（法第8条関係）

【検討事項】

法第8条第1項3号及び第4号により無効とされる事業者の不法行為責任を免除する条項について、「民法の規定による」という文言を削除する等により、免除の対象となる不法行為責任を、民法以外の規定によるものにも拡張するという考え方について、どう考えるか。

(参考) 第10回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-5頁

【意見】

法第8条第1項3号及び第4号の「民法の規定による」という文言を削除し、「当該事業者の不法行為により消費者に生じた損害を賠償する責任」とすべきである。

【理由】

消費者契約における債務の履行に際し、事業者の不法行為責任を免除する条項の不当性は、その不法行為が民法の規定によるものか否かにより異なるものではない。

3 損害賠償額の予定・違約金条項（法第9条関係）

【検討事項】

消費者が「当該事業者が生ずべき平均的な損害の額」を主張・立証するのは困難であることから、立法による対応が必要であるという考え方について、どう考えるか。

<具体的対応>

【甲案】立証責任の転換規定を設ける。

【乙案】裁判所による資料提出命令規定等を設けることで、事業者による主張・立証を

制度的に促す。

【丙案】「同種の事業を行う通常の事業者が生ずべき平均的な損害の額」を原則としたうえで、「当該事業者が生ずべき平均的な損害の額」がより高くなることを当該事業者が主張・立証した場合には、これを超える部分が無効となる。

【丁案】立法による対応ではなく、適切な運用に委ねる。

(参考) 第10回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-11頁

【意見】

法第9条第1号に定める「当該事業者が生ずべき平均的な損害の額」の立証責任を転換し、事業者が立証責任を負うものとすべきである。

【理由】

法第9条第1号は、消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定した条項又は違約金を定める条項について、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、「当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害の額」（以下「平均的な損害の額」という。）を超える場合には、当該超過部分が無効になる旨を定めている。

ここで平均的な損害の額及びこれを超える部分については、現行法においては、消費者が主張立証責任を負うと一般に解されるところ、平均的な損害の額は、通常は事業者しか知り得ないものであり、これを消費者が知り、主張立証責任を課すのは極めて困難である。

主張立証責任の公平な分担の観点から、事業者において主張立証するよう改めるべきである。

4 不当条項の一般条項①（法第10条関係）－前段要件

【検討事項】

法第10条前段について、最高裁判例を踏まえ、「消費者契約の条項であって、当該条項がない場合に比して、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で」と修正すべきとの考え方について、どう考えるか。

(参考) 第10回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-22頁

【意見】

法第10条前段については、「消費者契約の条項であった、当該条項がない場合に比して、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で」と修正すべきである。

【理由】

法第10条前段要件は、消費者契約の条項が、「民法、商法、その他の法律の公の秩序に関しない規定」（以下「任意規定」という）の適用による場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する内容であるとの見解が存した。

しかし、最高裁が平成23年7月15日判決において、「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」と明言するに至ったことに鑑みると、前段要件は、消費者契約の当該条項がなければ明文の任意規定及び一般的な法理等に照らし、消費者に認められたはずの権利義務を、当該条項が消

費者の不利益に変更しているか否かが判断基準になるといえる。

よって、上記のとおり修正すべきである。

5 不当条項の一般条項②（法第10条関係）－後段要件

【検討事項】

当該条項が平易かつ明確でないことを、法第10条後段要件該当性を判断する上での重要な要素とする考えについて、どう考えるか。

（参考）（参考）第10回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1－24頁

【意見】

当該条項が平易かつ明確でないことを、法第10条後段要件該当性を判断する上での重要な要素とすべきではない。

【理由】

最判平成23年7月15日は、更新料条項について「貸借契約書に一義的かつ具体的に記載された更新料条項は、更新料の額が賃料の額、貸借契約が更新される期間等に照らし高額に過ぎるなどの特段の事情がない限り、法第10条にいう『民法1条第2項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方向的に害するもの』には当たらないと解するのが相当である。」と判示している。当該判決内容から明らかとなり、更新料条項が「一義的かつ具体的に記載された」ことが前提として要求されており、「一義的かつ具体的に記載され」ていない場合は後段要件に該当する可能性を示唆しているといえる。

しかし、条項が平易・明確であることにより、消費者と事業者間に存する情報量・質並びに交渉力等の格差が埋まることはない。また、条項内容自体は不当であるにもかかわらず、条項が平易・明確であることをもって事業者には有利な要素として考慮され、後段の適用が否定される可能性が存する以上、明記することについては反対する。

あくまで条文解釈において考慮される要素にすぎないというべきである。

6 不当条項類型の追加総論（法第10条関係）

【検討事項】

具体的な不当条項を無効とする規定を追加すべきという考え方について、どう考えるか。

例えば、次のような条項についての規定を追加することが考えられる。

- (1) 法律に基づく消費者の解除権・解約権をあらかじめ放棄させ又は制限する条項
- (2) 事業者が法律に基づかない解除権・解約権を付与し又は事業者が法律に基づく解除権・解約権の要件を緩和する条項
- (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
- (4) 契約文言の解釈権限や契約に基づく当事者の権利・義務の発生要件該当性又はそ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

（参考）第11回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1－7頁

【意見】

法第10条に具体的な不当条項を無効とする規定を追加すべきである。

例えば、以下の規定を追加すべきであり、これら具体例以外にも不当条項規定の追加を検討すべきである。

- (1) 法律に基づく消費者の解除権・解約権をあらかじめ放棄させ又は制限する条項
- (2) 事業者が法律に基づかない解除権・解約権を付与し又は事業者が法律に基づく解除権・解約権の要件を緩和する条項
- (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
- (4) 契約文言の解釈権限や契約に基づく当事者の権利・義務の発生要件該当性又はそ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

【理由】

- (1) 法第10条の要件が抽象的であることから、本条該当性の判断が事業者、消費者いずれにとっても困難である。そこで、消費者保護の観点のみならず、予見可能性の確保という観点から、具体的な不当条項リストの追加をすべきである。
- (2) 第11回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1の7頁に記載されている4種類の契約条項以外にも検討されるべき条項がある。少なくとも次のものについては追加して検討すべきである。

① 事業者の法的責任（損害賠償責任以外）の減免条項

- 例) 事業者が正当な理由なく自己の債務を履行しないことを許容する条項
- 事業者の法令上の責任制限条項
- 履行補助者等の行為の責任減免条項
- 消費者の権利行使を制限する条項
- 事業者の清算義務等の減免条項

② 消費者に過大な責任を負わせる条項

- 例) 消費者に高額な損害賠償をさせる条項
- 事業者の負担を消費者に転嫁する条項
- 消費者に責任のない事項についても責任を負わせる条項

③ サルベージ条項

④ 専属的裁判管轄合意条項

⑤ 金銭消費貸借の期限前弁済における利息相当額の賠償を求める規定

7 不当条項類型の追加各論①－法律に基づく消費者の解除権・解約権をあらかじめ放棄させ又は制限する条項（法第10条関係）

【検討事項】

(1) 民法その他の法律の規定に基づく消費者の解除権をあらかじめ放棄させる条項、及び、(2) 民法その他の法律の規定に基づく消費者の解除権の行使を制限する条項を不当条項とする規定を設けるといふ考え方についてどう考えるか。

<具体的対応>

【甲案】不当条項とする規定を設ける。

【乙案】法第10条の解釈・適用に委ねる。また、甲案を採る場合には、どのような規

定を設けるべきか。

(参考) 第11回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-9頁

【意見】

- (1) 民法その他の法律の規定に基づく消費者の解除権をあらかじめ放棄させる条項、及び、民法その他の法律の規定に基づく消費者の解除権の行使を制限する条項を不当条項とする規定を設けるべきである。
- (2) その場合、以下の規定を検討すべきである。
 - ① 消費者の解除権をあらかじめ放棄させる条項
 - ② 消費者の解除権の行使を制限する条項

【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もので、消費者に与えられた重要な権利である。したがって、消費者の重要な権利を奪う、あるいは制限するような契約条項は、典型的に信義則に反し、消費者の利益を一方的に害する契約条項である。

しかしながら、実際には契約書や約款に「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否定する契約条項が存在している。このような契約条項が法第10条違反で無効であることを明確にする必要がある。

事業者側から、消費者の解除権を排除・制限する契約条項がなければ、消費者の自己都合解除の場合に損害を被るという反論が考えられる。しかし、消費者の自己都合解除で被る合理的な損害の填補は可能であり、またそのような損害は事業活動を行う上で事業者が負担すべきリスクであるから、不合理な結論にはならない。むしろ、消費者の契約解除を排除・制限する契約条項が、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。

したがって、このような契約条項を不当条項とする規定を設けるべきである。

- (2) 規定内容について
 - ① 消費者の解除権をあらかじめ放棄させる条項について
 - ア 消費者の解除権を排除する条項については、そもそも有効と考えられる場面を想定できないため、このような契約条項は無効と規定すべきである。
 - イ なお、条文を1つに纏める形も考えられる。その場合は端的に、法令に基づく消費者の解除権を認めない条項は無効とするという書きぶりも考えられる。
 - ② 消費者の解除権を制限する条項について
 - ア 消費者の解除権を制限する条項については、解除権の排除と大差ないものから、軽微な制限条項まで幅広く存在し得ることを踏まえ、合理的な例外を許容した規定内容にするのが望ましい。
 - イ なお、条文を1つにまとめる形も考えられる。この場合は、本文に法令に基づく消費者の解除権を制限する条項は無効とする、としたうえで、但書に例外規定を設けることが考えられる。例外規定(但書)では制限の目的の合理性、制限手段(規定内容)の合理性が相当であることを示す必要がある。

8 不当条項類型の追加各論②—事業者に法律に基づかない解除権・解約権を付与し又は事業者の法律に基づく解除権・解約権の要件を緩和する条項（法第10条関係）

【検討事項】

事業者に民法その他の法律の規定に基づかない解除権・解約権を付与し又は民法その他の法律の規定に基づく事業者の解除権・解約権の要件を緩和する条項を不当条項とする規定を設けるといふ考え方について、どう考えるか。

<具体的対応>

【甲案】不当条項とする規定を設ける。

【乙案】法第10条の解釈・適用に委ねる。また、甲案を採る場合には、どのような規定を設けるべきか。

(参考) 第11回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-17頁

【意見】

事業者に民法その他の法律の規定に基づかない解除権・解約権を付与し又は民法その他の法律の規定に基づく事業者の解除権・解約権の要件を緩和する条項を不当状況とする規定を設けるべきである。

具体的には、「事業者に民法その他の法律の規定に基づかない解除権・解約権を付与し又は民法その他の法律の規定に基づく事業者の解除権・解約権の要件を緩和する条項は無効とする。ただし、解除権・解約権を付与し又は要件を緩和することに合理的な理由があり、かつ、その規定が相当な内容である場合は、この限りでない。」との規定を設けるべきである。

【理由】

(1) 不当条項とする規定を設けるべきとする理由

事業者に民法その他の法律の規定に基づかない解除権・解約権を付与する条項や、解除権・解約権の要件を緩和する条項は、事業者が正当な理由なしに一方的に契約から離脱することを認め、あるいは容易に離脱することを認めることになる。このような規定は、消費者の不利益において事業者に一方的な権利を与えるもので、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いえる。また、消費者が事業者に対して、既に代金を支払い終えているような場合には、事業者の一方的な事情で、消費者に代金の回収不能のリスクを負わせることになり、消費者の利益を不当に害することになる。

したがって、このような契約条項を不当条項とする規定を設けるべきである。

(2) 規定内容

事業者に民法その他の法律の規定に基づかない解除権・解約権を付与する条項や解除権・解約権の要件を緩和する条項は、上記のとおり、消費者の利益を不当に害することになる規定であるから、原則無効とすべきである。他方、金融機関が、預金者が暴力団やそれに準じる者であることが判明した場合には預金を解約することができる旨定めている場合のように、事業者に法律上のもの以外の解除権を認める合理性が一切認められないと断言できない場合も存する。

そこで、例外要件としては、解除権・解約権を付与し、又はその要件を緩和する目

的が合理的であり、かつ、その理由に照らして規定内容が相当であることを要求すべきである。

9 不当条項類型の追加各論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（法第10条関係）

【検討事項】

消費者の一定の作為又は不作為をもって当該消費者が一定の意思表示をしたものとみなす条項を不当条項とする規定を設けるという考え方について、どう考えるか。

<具体的対応>

【甲案】 不当条項とする規定を設ける。

【乙案】 法第10条の解釈・適用に委ねる。また、甲案を採る場合には、どのような規定を設けるべきか。

(参考) 第11回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-23頁

【意見】

消費者の一定の作為又は不作為をもって当該消費者が一定の意思表示をしたものとみなす条項を不当条項とする規定を設けるべきである。

具体的には、「消費者の一定の作為又は不作為により、消費者の意思表示がなされたもの又はなされなかったものとみなす条項は無効とする。ただし、消費者の意思表示がなされたもの又はなされなかったものとみなすことに合理的な理由があり、かつ、その規定が相当な内容である場合は、この限りでない。」との規定を設けるべきである。

【理由】

(1) 不当条項とする規定を設けるべきとする理由

そもそも、意思表示は、自己にある法律効果が及ぶことを自覚して行われるものである。

しかし、上記のように、消費者が何ら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は、消費者が明確に意図しないうちに一定の法律効果を生じさせ、消費者が不測の不利益を被る可能性がある。実際にも、「(勝手に送りつけた商品の) 梱包を開披した場合には購入の意思表示があったものとみなす」などという条項や、「(長期間の役務提供契約について) 契約終了の6か月前までに更新拒絶がない場合には、更新拒絶権を放棄したものとみなす」などという条項などの、特定の時点における消費者の作為・不作為をもって、承諾の意思表示、権利行使放棄の意思表示等特定の意思表示を擬制する条項が使用されることが少なくない。

したがって、このような契約条項を不当条項とする規定を設けるべきである。

(2) 規定内容

- ① 上記のとおり、意思表示を擬制する条項は、消費者に予期せぬ不利益を与える可能性が高く、消費者の法的地位を著しく不安定にするものであり、消費者の利益を不当に害する契約条項といえる。他方、事業者が消費者に意思確認を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や意思表示があったと評価され

てもやむを得ない消費者の作為ないし不作為も考えられる。

そこで、消費者の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な場合には、意思表示を擬制することは許容されるといえる。

② この点、消費者契約法日弁連改正試案では、次のような規定を設けるべきであるとする。

ア 不当条項は無効とする。

イ 消費者の一定の作為又は不作為により、消費者の意思表示がなされたもの又はなされなかったものとみなす条項は、不当条項と推定する。

③ 上記は、事業者と消費者との間で情報の質・量並びに交渉力に大きな格差があり、それを是正するためには消費者の証明責任の軽減を図ることが必要かつ有効であると見られ、意思表示擬制条項を原則無効であると推定した上で、事業者が当該条項の合理性を反証することで当該条項が有効となる場合があるとする。

以上を、1つの条文に例外となる場合を含めて規定するとすれば、「消費者の一定の作為又は不作為により、消費者の意思表示がなされたもの又はなされなかったものとみなす条項は無効とする。ただし、消費者の意思表示がなされた者又はなされなかったものとみなすことに合理的な理由があり、かつ、その規定が相当な内容である場合は、この限りでない。」となると考える。

10 不当条項類型の追加各論④—契約文言の解釈権限や契約に基づく当事者の権利・義務の発生要件該当性又はそ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（法第10条関係）

【検討事項】

(1) 契約の文言を解釈する権限を事業者のみに付与する条項、及び、(2) 契約に基づく事業者又は消費者の権利又は義務の発生要件該当性又はそ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を不当条項とする規定を設けるという考え方について、どう考えるか。

<具体的対応>

【甲案】不当条項とする規定を設ける。

【乙案】法第10条の解釈・適用に委ねる。また、甲案を採る場合には、どのような規定を設けるべきか。

(参考) 第11回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-26頁

【意見】

- (1) 契約の文言を解釈する権限を事業者のみに付与する条項を無効とする規定を設けるべきである。
- (2) 契約に基づく事業者又は消費者の権利又は義務の発生要件該当性又はそ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を、原則として無効とし、合理性がある場合に限り有効とする規定を設けるべきである。
- (3) 具体的には、「契約の解釈、事業者の消費者に対する権利の発生若しくは行使の要件に関する判断、又は事業者が消費者に対して負担する責任若しくは責任免除に関する判断について事業者のみが行うものとする条項は無効とする。」との条項が相当で

ある。

【理由】

- (1) 契約文言の解釈を事業者のみに付与する条項は、常に無効とすべきである。

契約は、当事者間の法律的な関係を規律するものであり、消費者契約法はその相当性の担保を目的とする。しかし、このような相当性の担保は、契約文言自体の相当性に加え、その条項の解釈や適用判断が中立妥当な者によってなされることを前提として初めて成立する。

この点、契約文言の解釈権限を事業者のみに付与することが許容されるとすると、①事業者が、契約内容を実質的に変更させることができることから、契約締結にもかかわらず契約内容も確定できないし、②裁判所による中立妥当な判断の担保がなされなくなることから、消費者が、当該条項により救済を受けることもできなくなる。そして、当然、上記のような条項は、事業者によって、最大限事業者により有利な解釈が主張される可能性があるのだから、同条項の不当性は明らかである。

例えば、「事業者は、事業者の過失から消費者に与えた責任を負う」という条項は、一般的に相当だと考えられるが、これは「過失」の判断が当然裁判所によってなされることが前提になっているからである。しかし、これに「但し、過失の有無は事業者の判断による」など、判断者を変更する条項が加われば、条項自体の意味合いが「事業者は、自ら過失があると認める場合に限り責任を負う」というものになってしまい、事業者が責任を負う場面が確定されなくなってしまう上、消費者が裁判所で事業者の過失を証明して損害賠償を受けることもできなくなってしまうのである。結局賠償するかどうかは、事業者の恣意的判断によることになるから、その不当性は明白である。

また、このような条項は、未だ実際に使用されている例も多く、事業者側がこのような条項を使用する正当性、必要性は何ら見いだせないところである。

- (2) 契約に基づく事業者又は消費者の権利又は義務の発生要件該当性又はそ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は、原則的にこれを無効とし、合理性のある場合に限り、有効とする条項を置くべきである。

上記のような条項についても、契約文言の解釈を事業者のみに付与する条項について述べたところと同様、契約が確定されない上、契約の解釈について裁判所の判断が排除され、不利益を受ける消費者が裁判所による救済を受けられなくなる恐れがある。契約内容は、契約時点で確定しており、その相当性の検証をなしうるべきものであり、ゆえに上記条項は原則的に無効とすべきである。

しかし、契約の重要部分であっても、当事者の支配できない一定の事情変動等から、その一部の確定を後のものとしなければならない場合が存在し、場面によってこれを事業者側の判断に委ねざるを得ない場面があるとも事実である。このような場合には、事業者による選択が、消費者に不利益を与えないほど、限定された内容からなされるものであり、かつ消費者に十分な説明がなされている場合などには、上記条項も合理性があるものとして、許容される場面がある。

ゆえに、上記条項については、原則的に無効としつつも、例外的に有効となる場面があるという規定が相当である。

1 1 不当条項類型の追加各論⑤—サルベージ条項（法第10条関係）

【検討事項】

消費者の権利を制限し又は義務を加重するために、強行規範によって全部無効とされる内容に、強行規範によって無効とされない範囲でのみ有効とするという趣旨の限定を加えた条項（いわゆるサルベージ条項）を不当条項とする規定を設けるといふ考え方についてどう考えるか。

（参考）第12回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-19頁

【意見】

サルベージ条項を不当条項とし、無効とする規定を設けるべきである。

【理由】

いわゆるサルベージ条項は、事業者が強行法規に違反しない限度まで権利を拡張し、義務を免れ得ることを内容としている。このような契約条項を有効とすれば、事業者が消費者に対して、何が強行法規により無効となるのか示すよう迫ることになりかねない。

また、事業者の適正な契約条項を作成するという意欲を削ぐものである。

消費者に無効の立証責任を迫ることになりかねず、結果的に消費者が泣き寝入りせざる得なくなることも容易に想像できる。

よって、サルベージ条項については現実的な弊害あるいは危険性が著しいことから、消費者の利益を不当に害する契約条項として無効とすべきである。

1 2 不当条項類型の追加各論⑥—消費貸借における目的物交付前の解除に伴う損害賠償（法第10条関係）

【検討事項】

諾成的消費貸借において借主が貸主から金銭その他の物を受け取るまでに契約を解除した場合の、貸主の借主に対する損害賠償請求に関し、事業者を貸主、消費者を借主とするときの特則を設けるといふ考え方についてどう考えるか。

<具体的な対応>

(1) 借主に対する損害賠償請求

貸主は、借主に対し、契約の解除によって受けた損害の賠償を請求することができないという規定を設ける。

(2) 損害賠償額を予定する条項

法第9条第1号・第10条の解釈・適用に委ねる。

（参考）第12回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-22頁

【意見】

諾成的消費貸借において、借主たる消費者が貸主たる事業者から金銭その他の物を受け取るまでに契約を解除した場合、事業者（貸主）は、消費者（借主）に対し、契約の解除によって受けた損害の賠償を請求することができないという規定を設けるべきである。

【理由】

民法改正法案第587条の2第2項後段では、諾成的消費貸借において、借主の目的物交付前の解除権行使によって貸主に損害が生じたときは、借主に賠償を請求できると定めている。

この規定を、事業者を貸主、消費者を借主の消費貸借契約についてそのまま適用することは妥当ではない。なぜならば、サラ金問題などで顕著なように、立場の弱い借主たる消費者を保護する視点が欠落しているからである。消費者と事業者は情報収集力・交渉力で質量とも大きな格差がある。貸主・借主の間ではより顕著になる。

消費貸借契約は大きな危険が内在する契約であることから、さらに消費者に対して配慮する必要がある。

したがって、消費者である借主が目的物交付前に解除したときに、借主は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防ぐ必要がある。誤った実務慣行が定着することを回避し、かつ、悪質な業者による濫用を防ぐためには、明確に損害賠償ができないことを示すべきである。

また、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、借主が受領を拒否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。消費貸借を行うための資金調達のようないわば準備行為をしている場面というのは、金融機関として、直ちに用意できないような巨額な貸付を予定している場合であり、消費者、中小零細事業者に対する貸付の準備行為において金融機関にそのような負担が生じることは想定できない。

そうだとすれば、少なくとも消費者金融の場面において貸主に損害賠償請求権を認めなくても不合理なことではない。

これまで期限前弁済時に約定の返還期間までに生ずべきであった利息相当額を支払う条項（早期完済条項）について、消費者契約法10条や公序良俗違反として無効とされた裁判例も存在するところであるが、借入から返還までの期間が0日である目的物交付前解除の場合には、利息相当額の損害賠償請求を否定すべき必要性・相当性・許容性はより高い。

よって、消費者を借主、事業者を貸主とする消費貸借契約については、消費者である借主が目的物交付前の契約解除が損害賠償の負担によって困難ないし無意味にならないような特則規定を設けるべきである。

1.3 不当条項類型の追加各論⑦—消費貸借における期限前の弁済に伴う損害賠償請求（法第10条関係）

【検討事項】

消費貸借において期限前の弁済が行われた際の貸主の借主に対する損害賠償請求について、事業者を貸主、消費者を借主とするときの特則を設けるという考え方について、どう考えるか。

<具体的な対応>

(1) 借主に対する損害賠償請求貸主は、借主に対し、期限前の弁済によって受けた損

害の賠償を請求することができないという規定を設ける。

(2) 損害賠償額を予定する条項

【甲案】 期限前の弁済に伴う損害賠償の額を予定する条項について、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無効とする規定を設ける。

【乙案】 法第10条の解釈・適用に委ねる。

(参考) 第12回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-26頁

【意見】

消費者が、事業者との消費貸借契約について期限前弁済をした場合に、貸主である事業者が、借主である消費者に対し、期限前の弁済によって受けた損害の賠償を請求することができないという規定を設けるべきである。

【理由】

民法改正法案第591条第3項では、消費貸借において、借主の期限前弁済によって貸主に損害が生じたときは、借主に賠償を請求できることを定めているが、消費貸借契約においては、立場の弱い借主を貸主の高利收受から保護する必要がある。他方、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。また、そもそも、利息は実際に元本を利用している間のみ生ずるものであり、利息付消費貸借における返還時期の定めは、通常、返還時期までに生ずべき利息を保証する趣旨のものではない。さらに、期限前弁済時に約定の返還期限までに生ずべきであった利息相当額を支払うという条項（早期完済条項）について、消費者契約法10条や公序良俗違反として無効とした裁判例もある。

そこで、消費者を借主、事業者を貸主とする消費貸借契約については、損害賠償の負担によって、消費者である借主による期限前弁済が困難ないし無意味にならないような特則規定を設けるべきである。

第4 その他

1 法定追認の特則（法第11条関係）

【検討事項】

消費者契約法の規定に基づく意思表示の取消しに関して、法定追認の規定（民法第125条）の適用についての特則を設けるべきという考え方があり得るが、これについてどう考えるか。

<具体的対応>

【甲案】 消費者契約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こととする。

【乙案】 消費者契約法の規定に基づく意思表示の取消しについては、消費者が取消権を有することを知った後に民法第125条各号に掲げる事実があった場合でなければ法定追認の効力は生じないこととする。

【丙案】 民法の解釈・適用に委ねる。

(参考) 第 1 1 回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料 1 - 1 頁

【意見】

消費者契約法の規定に基づく意思表示の取消しについては、民法第 1 2 5 条の法定追認の規定を適用しないとの特則を設けるべきである。

【理由】

- (1) 法定追認（民法第 1 2 5 条）の趣旨は、黙示の追認がなされたとの相手方の信頼を保護し、法律関係を安定させる点にある。同条の適用にあたっては、行為に際しての取消権者の意思、取消原因の知・不知を問わない。かかる規定が消費者契約にも適用されることによって消費者取消権を設けた趣旨が没却されかねない。
- (2) 消費者の場合、事業者との間に情報・交渉力の構造的な格差があることに照らせば、消費者の真意に基づく取消権行使を保障する必要がある。そして、取消権を有することを知った状況に至った後も法定追認事由にあたる行為を意図なくしてしまう、もしくは事実上余儀なくされるケースを想定できることからすれば、消費者保護という趣旨を十全ならしめるべく、民法第 1 2 4 条、第 1 2 5 条の適用は排除するべきである。そもそも被害者の立場にある消費者の保護と比較し、消費者契約法で取消権が認められるような行為をした加害者の立場にある事業者の信頼を保護する必要性はない。また、取引の安全については、消費者取消権は善意の第三者に対抗できないことで配慮されている。
- (3) 以上より、直截かつ簡潔に、法定追認の規定を適用しないという特則を設けるべきである。

2 不当勧誘行為に基づく意思表示の取消の効果（法第 1 1 条関係）

【検討事項】

消費者契約法に基づいて意思表示が取り消された場合について、消費者の事業者に対する返還義務の範囲に関する特則を設けるべきであるという考え方について、どう考えるか。

< 具体的対応 >

【甲案】 事業者は、消費者に対して、物の使用により得られた利益や費消されて原物返還が不可能になった物の客観的価値、権利の行使によって得られた利益、又は提供を受けた役務の対価のそれぞれに相当する金銭の支払いを請求することができないという趣旨の規定を設ける。

【乙案】 意思表示の当時、当該意思表示を取り消すことができることについて善意であった消費者の返還義務の範囲を現存利益に限定するという趣旨の規定を設ける。

【丙案】 民法の解釈・適用に委ねる。

(参考) 第 1 2 回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料 1 - 1 頁

【意見】

消費者契約法に基づいて意思表示が取り消された場合について、消費者の事業者に対する返還義務の範囲に関し、次の内容の特則を設けるべきである。

- (1) 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、返還の義務を負うものとする。

- (2) ただし、信義誠実の原則に照らして相当と認められる場合は、消費者は、利益の全部または一部について返還を要しない。

【理由】

- (1) 民法改正法案では、無効な又は取り消された法律行為に基づく給付の受給者は原則として原状回復義務を負う（新民法第121条の2第1項）が、当該法律行為が無償行為であり、かつ、無効であること又は取り消すことができるものであることについて給付受給者が知らなかった場合（同条第2項）、及び給付受給者が行為時に意思無能力者や制限行為能力者であった場合（同条第3項）については、その返還義務が制限されることとなった。

民法改正案によると、原則、事業者は提供した役務の客観的価値の返還請求権や現物返還が不可能となった商品の客観的価値の返還請求権を有することとなり、これらが消費者の代金返還請求権と相殺される結果、消費者はその代金返還を求めることができなくなる。すなわち、事業者に不当加入行為による「給付の押しつけ」や「やり得」を認めることになりかねず、消費者に取消権を認めた消費者契約法の趣旨が没却されることになる。

- (2) そこで消費者契約法が消費者に意思表示の取消を認めた趣旨を実現するため、原則として、消費者の返還義務の範囲を現存利益に限定し、例外的に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、事業者に現存利益の返還を求めることが、信義誠実の原則に反すると認められる場合（例えば、不法原因給付の場合）には、当該事業者は、当該事業者に対し、利益の全部または一部について返還を請求することができないとする規定を新たに設けるべきである。

3 抗弁の接続

【検討事項】

抗弁の接続に関する規律の在り方については、まずは関連法制の検討の状況を注視しつつ、裁判例や消費生活相談事例の蓄積を待って検討することとしてはどうか。

(参考) 第12回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-36頁

【意見】

抗弁の接続に関する規定を設けるべきである。

【理由】

- (1) 立法の必要性

- ① 現代社会においては、事業者（供給業者）と消費者との間の商品販売契約や役務提供契約の代金支払のために、当該供給業者と業務提携関係にある他の事業者（与信業者）と消費者との間で金銭消費貸借契約等の与信契約が締結されることがしばしば行われているが、事案によっては供給業者と与信業者が経済的・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に基づく消費者取消権等を主張できるにもかかわらず、与信業者が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。

また、供給業者と与信業者が上記のような提携関係にある場合には、与信業者は供給業者から与信契約のあっせんにより消費者と与信契約を締結することができ、利益を得る一方で、与信業者は提携関係を通じて供給業者を監督でき、またリスクを分散できるのであるから、そのような与信業者は、供給業者に生じた事由について消費者に対し一定の責任を負って然るべきである。

- ② 現在、割賦販売法において抗弁の接続規定が定められ、活用されているが、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。しかし、特に現代の消費者契約においては、供給業者と与信業者とが実質的に見て一体と認められる事案が少なくないことや、事業者と消費者の情報・交渉力格差の大きさを踏まえると、消費者の保護並びに消費者・事業者への予見可能性の確保という観点から、少なくとも消費者契約の分野において抗弁接続規定を設ける必要性は高い。

最判平成2年2月20日民集第159号151頁も、原則として抗弁の接続を否定しつつも、与信業者において供給業者の不履行に至るべき事情を知り若しくは知り得べきでありながら与信を実行したなどの不履行の結果を与信業者に帰せしめるのを信義則上相当とする特段の事情がある場合には、購入者が、供給業者に対して生じた事由をもって与信業者に対する債務の弁済を拒むことができる旨判示している。

- ③ 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、極めて多く、抗弁の接続規定を設ける必要性は非常に高い。

(2) 具体的な対応

具体的には、以下のような規定を設けるべきである。

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って、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、抗弁の接続を認め、これを片面的強行規定とすべきである。

4 複数契約の無効・取消・解除

【検討事項】

複数契約の無効・取消し・解除に関する規律の在り方については、まずは関連法制の検討の状況を注視しつつ、裁判例や消費生活相談事例の蓄積を待って検討することとしてはどうか。

(参考) 第12回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-36頁

【意見】

消費者・事業者間における複数の契約の無効・取消・解除に関する規律について、以下のような規定を設けるべきである。

「同一の当事者間で締結された複数の契約につき、それらの契約の内容が相互に密接

に関連付けられている場合において、そのうちの契約に債務不履行による解除の原因があり、これによって複数の契約をした目的が全体として達成できないときは、相手方は、当該複数の契約の全てを解除することができるものとする。」

【理由】

(1) 1つの目的を達成するために、形式上契約が複数となることがある。例えば、「スキューバダイビングの教室において、ダイビング用品のレンタル契約(賃貸借)と、指導契約(役務提供)とが別に締結される」例である。

この場合、指導契約が事業者側の事情で履行不能となれば、当然、賃貸借契約も消費者に不利益無く解消が認められるべきだが、契約の個数は、多くの場合事業者の用意する契約書のあり方によって異なるから、消費者がこのような契約を当然に解消できる手段が必要である。

(2) また、事業者が、真に締結させたい契約を勧誘する手段として、一見消費者に有利な契約の締結することがある。例えば、「この布団を購入すれば(売買契約)、布団のモニター業務を委託し、モニター料を支払う(業務委託契約)」という様な例である。このような場合、事業者が業務委託契約における義務を履行しないのであれば、消費者に売買契約の取消を認める必要がある。

(3) 以上の通り、1つの契約目的に対応する契約は一つとは限られず、その個数は、多くの場合事業者の意思に左右される。複数の契約を実質的に一つとして解決を図ることができれば良いが、契約の時期や内容から別の契約と言わざるを得ないケースもある。このように事業者側が設定した契約の個数により、消費者が不利益を受けないために、複数の契約の無効・取消・解除に関する規律が必要である。

(4) この点、「密接に関連する」という要件が不明確で予測可能性が確保できないとするとして、上記規律を不相当だとする意見もあるが、要件該当性の判断においては事業者側の予見可能性も当然考慮されるはずであり、この予見可能性を前提とするなら、同一当事者間の複数契約に関する限り「密接に」関連しているかどうか事業者が判断できないなどということはある得ない。

5 継続的契約の任意解除権

【検討事項】

継続的契約の任意解除権に関する規律の在り方については、関連法制の運用や取引の状況等を注視することとしてはどうか。

(参考) 第12回消費者契約法専門調査会消費者庁提出資料1-48頁

【意見】

消費者・事業者間の継続的契約については、消費者は将来に向けて契約を任意に解除することができるとの規定を設けるべきである。

【理由】

(1) 消費者契約との関係では、消費者の中途解約権を制限する契約条項のため、消費者がそれ以上契約の継続を求めない場合であっても長期間契約に拘束される問題が生じている。

特に、継続的商品購入型契約などにおいて、消費者による中途解約禁止を特約で明

定しつつ、民法等で中途解約権が明確に規定されていない契約類型については、民法の解釈あるいは現行消費者契約法はもとより、特定商取引法その他の特別法を持っても解決は困難である。

実際、長期に亘る新聞、食品、学習教材等の購入契約などの中途解約をめぐる消費者トラブルが生じ、紛争や苦情の対象となっている。

したがって、期間の定めのある継続的契約について、消費者の中途解約権を規定する意義は極めて大きい。

- (2) なお、事業者の利益保護についても考慮する必要があるが、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することは特段問題がないところ、事業者の利益保護を理由に継続的契約の任意解除権の明文化を先送りすることはあってはならないというべきである。

6 代金減額請求を全部排除する条項

【意見】

民法の一部を改正する法律の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律案(以下「整備法」という。)により廃止される消費者契約法8条1項5号に新たに、代金減額請求(民法改正法案563条)を全部排除する条項を無効とする条項を設けるとともに、整備法により、消費者契約法8条1項1号及び同項2号の適用除外を定める条文に改められることとされる同条2項の規定を、同条1項5号の適用除外の規定として整備すべきである。

【理由】

民法改正法案は、瑕疵担保責任に関する規定を改め、契約責任としての構成を明確にしている(法案562条参照)。これに伴い、整備法は、消費者契約法8条1項5号を削除するとともに、同号の適用除外を定める同条2項を、同条1項1号及び2号における目的物の種類・品質に関する契約の内容に適合しない場合の規定と改めるものとする(整備法98条)。

しかし、債務者は、「履行の追完をする責任又は不適合の程度に応じた代金若しくは報酬の減額をする責任を負う」のは当然であり、債務不履行責任の全部免責条項の無効を定める同条1項1号及び故意若しくは重大な過失による債務不履行による一部免責条項の無効を定める同項2号の適用を除外するのは妥当ではないし、また、「他の事業者との間の当該消費者のためにする契約」により当該他の事業者が賠償責任を負担し、あるいは、履行を追完する責任を負担したとしても同様である。

民法改正法案は、代金減額請求権を広く認めているところ、この責任は、一種の無過失責任であり、債務不履行責任とは別に、この請求を全部排除する条項を無効であることを定める規定が必要である。そこで、同条1項5号に代金減額請求(民法改正法案563条)を全部排除する条項を無効とする条項を設けるとともに、同条2項には、他の事業者が代金減額請求にかかる減額分もしくはその一部に相当する填補責任を負う場合を適用除外とする規定を設けるべきである。

7 事業者の消費者に対する債権についての消滅時効

【意見】

消費者契約に基づく事業者の消費者に対する債権については3年間の時効期間を新たに設けるべきである。

【理由】

消費者に、日常取引における弁済・免除等の債務消滅についての証拠を保存しておくことを期待することは難しい。他方、事業者には時効の管理を期待することもできる。消費者保護の観点から事業者の消費者に対する債権を3年間と短期化させるのが相当である。

8 未成年者の詐術に関する特則

【意見】

消費者契約において、電磁的方法を用いて契約を締結する際にあたって、未成年者等が年齢等について事実と異なることを入力して取引を行うことを防止するための措置を講じていない場合には、民法第21条を適用しないとする規定を設けるべきである。

【理由】

電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律第2条参照。(以下「電子消費者契約法」という。)において、未成年者が年齢等について事実と異なる情報を入力することがあり、実際にトラブルとなっている。

しかるに、民法第21条は主に対面で取引をする場合を想定した規定であり、電子消費者契約においてそのまま適用することは妥当ではない。すなわち、未成年者が年齢等を何度も修正して入力できるなど未成年者の行為を誘発するようなシステムが提供されることもある(対面取引であれば、そのような訂正がなされれば行為能力であるとは信ずることなどない)。しかも、当該入力のみを依拠して取引をする場合、必ずしも行為能力があると積極的に信じているわけでもない。

そこで、未成年者等が年齢等について事実と異なることを入力して取引を行うことを防止するための措置を講じていない場合には、民法第21条を適用しないとの規定を設けるべきである。

なお、特定商取引法に規定を設けることも考えられるが、同法には広範な適用除外が設けられており(同法26条)、そのような適用除外を認めるべきではないことから、消費者契約法に規定を設けることが妥当である。

以上