

2015年(平成27年)9月29日

内閣府消費者委員会事務局中間とりまとめ等意見受付担当 御中

適 格 消 費 者 団 体
特定非営利活動法人消費者支援機構福岡
理 事 長 朝 見 行 弘
福岡県福岡市博多区博多駅前1丁目5番1号博多大博通ビルディング8階
電話番号：092-432-2330
電子メールアドレス：info@cso-fukuoka.net

消費者委員会 消費者契約法専門調査会「中間取りまとめ」についての意見

消費者契約法は、消費者と事業者の間の契約関係を規律する一般法として、日々進化する消費者市場の適切な規律という困難な課題を負う。したがって、時代の変化に応じたスピーディな法改正は急務である。

今回の中間取りまとめに対して、当機構が意見を提出するに当たっては、以下の点に留意した。

1 消費者の利益保護目的

消費者契約法は現行法1条において、「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」との問題意識の下、「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」ことを目的としており、そのための手段として、意思表示の取消し・契約条項の無効化・適格消費者団体による差止請求の三つを定めている。したがって、その主たる目的は国民生活の安定向上・国民生活の健全な発展というマクロ的な消費者市場の形成であるが、その手段はもっぱら個々の消費者の利益の擁護によると解すべきである。したがって、事業者の経済活動の自由化などは、消費者契約法制定の背景となった行政的な規制緩和によって実現されるべく、少なくとも現行消費者契約法においては、消費者の利益が事業者の利益に優越する構造となっていることは、その目的規定から見て明白である。

2 裁判規範としての消費者契約法

消費者契約法は、事業者と消費者間の中で形成される消費者市場を規律する民事法であり、消費者の利益擁護を実現するためには、消費者契約締結の現場において、消費者および事業者の双方にとって、明確かつ合理的で、理解が容易な行為規範を提供するものでなければならない。

また、これを、裁判規範としての消費者契約法という観点から見た場合には、①裁判の予測可能性を高めるべく、一般条項の多用を回避してなるべく具体的な行為態様を規律の対象とし、②消費者の権利実現行為のために必要な行為負担が、消費者市場における経済的計算からみても合理的になるようにし、③主張立証責任の所在が明確であって、取引行為時における資料保存の行為指針などが明確となることが望まれる。

これによって、事業者も、取引時における適法な契約締結、および自身の健全性を証明するための手段の確保について、明確な行為指針を得られることになる。少なくとも、今回の法改正で消極的態度に終始することは、結局今後も本法10条や民法上の信義則・公序良俗等、きわめて予見可能性の低い一般条項に、消費者契約の有効性や消費者市場の形成を委ね

ることを意味し、これは消費者のみならず、事業者にとっても不幸な事態である。

以上に基づき、以下個別意見を記す。なお、特段の理由を付すまでもなく中間取りまとめ案を妥当と解するものについては、理由を省略した。

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。

【意見の趣旨】

状況類型・行為類型に応じて、個別に考えるべきである。

【意見の理由】

中間とりまとめ4頁中、①②は、内職商法、消費者に対する不動産投資勧誘事例などにも当てはまるため、事業者が消費者たる個人に対して行った行為類型の問題に引き寄せるべきである。

同④は、社会に存在する様々な法人や中間団体の実態に即し、別途特別法による手当ても視野に入れてさらに引き続き検討すべきであり、消費者契約法中、消費者・事業者いずれかという二者択一問題としてのみ考えるべきではない。

同③⑤は、消費者契約法が想定する消費者・事業者間の力の格差と、個人事業者ないし小規模事業者と大規模事業者との間の格差を同列に論じるべきか疑問であり、原則としては民法または特別法の規律に委ねるべきと考える。ただし、③⑤について、一部の事業者がことさらに個人事業主や小規模事業者を狙って不正な取引を勧誘する等の被害事例も報告されており、民法または特別法による早期の手当てが困難な場合は、本法上の「消費者」概念が、本法1条から導かれる評価概念であると解し、その外延が2条1項の定義に尽きるものではないことを確認することも重要である。

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は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。

【意見の趣旨】

事業者の消費者に対する情報提供義務・説明義務を法的義務として把握すべきであるが、その具体化は本法4条以下の個別制度によることとし、損害賠償制度の要件効果の定立に

についてはなお検討を継続すべきである。

【意見の理由】

すでに民法上、契約上の義務または信義則に基づく情報提供義務が肯定されている以上、消費者契約法における明文化は、その要件効果を明確にし、消費者および事業者の取引行動における行為指針を与え、法的安定性に資する。ただし、その立法形態は必ずしも本法3条1項の改正という形にとどまる必要はなく、情報提供義務の具体的内容に応じて、別異の要件効果を持った複数の制度を構想すべきである（第7回議事録24頁、松本発言参照）。

また、損害賠償制度は、これまでいったん成立した消費者契約の有効無効等による消費者・事業者間の法的関係の規律を主に射程に置いた消費者契約法の中に、契約の成否にかかわらず成立し得る法定債権についての規定を追加するものであり、その実現は慎重に検討されるべきである。仮に当該制度を導入する場合にも、4条以降の個別制度と並列するものであって、総論的な3条の位置に損害賠償制度を設けることは、制度の全体構造や理解をかえって分かりにくくするように思われる。

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。

【意見の趣旨】

条項使用者不利の原則を立法すべきである。

【意見の理由】

契約条項の内容が不明確でその意味を確定することができない場合とは、すなわち当該契約によって契約当事者間に生じる権利義務の具体的内容が不明確ということの意味し、上記の情報提供義務を肯定するならば、典型的に当該提供義務の対象たる情報に該当する類型の一つと思われる。通常、契約条項を提示するのは事業者であり、このような場合、事業者は消費者に対して、当該契約によって生じる権利義務の内容を説明し、それについて了解を得る情報提供義務を負う。

これを裁判規範の面から言い換えれば、契約書内（多くの場合）において契約条項内容が不明確な事実は、事業者の情報提供義務違反を推定させる外形的事実と解することができる。そのため、推定を破る反対事実として、個別的な情報提供の事実およびその内容について、事業者が立証責任を負うと解される。

上記証明責任が尽くされない場合とは、すなわち情報提供義務違反を意味するのであるから、条項使用者不利解釈は、契約の解除・取消しを求めない消費者にとって望ましい、情報提供義務違反の効果の一種として肯定できる。

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。

【意見の趣旨】

本法3条2項は削除すべきである。

【意見の理由】

本法は、個々の消費者紛争における裁判規範としての民事法であり、その中に政策的な努力義務が混在することは、かえって裁判規範としての本法の理解を不透明にし、予測可能性を低下させる。消費者の政策上の努力義務は、消費者基本法 7 条にすでに規定されており、本法に重ねて努力義務を置く必要はない。

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。

【意見の趣旨】

不特定の者を対象とした広告や表示であっても、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規定を置くべきである。

また、不特定対象によって契約交渉に入った消費者に対して、事業者が不実告知等を改める具体的な情報提供を行ったことで、情報提供義務違反が治癒されるとの抗弁規定を明記すべきである。

【意見の理由】

現在の消費者の購買行為においては、不特定多数の者を対象とした広告や表示による効果意思の形成に比較的大きな比重が置かれ、その後の事業者との個別のやり取りの中で、意思の瑕疵をすべて治癒することを期待するのは現実的でない。また上記の消費者の購買行為の傾向ゆえに、事業者は個々の契約締結交渉コストを軽減できているのであり、不特定多数向けの広告や表示に不実告知等の問題があった場合、その責任を一切負わないのは均衡を欠く。具体的には、本法4条1項における「勧誘するに際し」を、「契約の締結に関して」または「契約が行われるまでの間に」に改めるべきである。

また、不特定多数に向けた勧誘行為があれば常に消費者に取消権が付与されるとすると、事業者が図らずも不当広告等を行った場合、当該商品やサービスについて一切の取引を控えるべきことになってしまうため、事業者側の抗弁として、①個別具体的な契約交渉において、不実告知等を改める具体的な情報提供を行ったことを設けるべきである。

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。

【意見の趣旨】

本法4条1項2号の対象は例示を削除し、「将来における目的実現が不確実な事項」（第8回27頁、大澤発言参照）のみにすべきである。

【意見の理由】

断定的判断の提供は、契約の目的実現に消費者の意思や行動がかかわるか否かにかかわらず、事業者知られた他のありえる可能性を意図的に排除する趣旨を伴った、不実告知型の不利益事実の不告知の典型として類型化されるべく、それ以上の限定は不要である。エステ・痩身サプリ等においても、医療行為と同様、効果が現れない可能性の告知は必要であろうし、開運商法のような事例は、そもそも困惑類型の中に包含することも可能であろう。

なお、たとえば宗教行為などの事例については、板まんだら事件の判例等が示すとおり、司法権の限界や契約の性質決定（お布施等の信者からの金銭の提供は、贈与契約に近いとの見解もある）などの点からも検討が可能である。

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（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）

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ことができる。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（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）

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。

【意見の趣旨】

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、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して故意または重過失（もしくは過失）による不告知があれば、取消を認めるべきである。

【意見の理由】

不実告知型の不利益不告知は、その悪質さの程度において不実告知（本法4条1項1号）と同様と規範的に評価されるものを指すのであるから、故意要件は当然に不要である。

不告知型については、告知されなかった情報が、事業者が有する情報であるか事業者が契約上収集義務を負う情報であって、事業者の情報提供義務の範囲内に入ると規範的に評価されることが必要であり、かつそれに尽きるため、先行行為要件は不要であると解する。そもそも、勧誘行為に不特定多数向けの広告等（ほとんどの場合、契約目的の質や対価に関する情報についての利益情報を含むと思われる）を含める以上、先行行為を厳密に要求することはあまり大きな意味がないと思われる。

事業者の情報提供義務に含まれる情報として、本法4条4項の「重要事項」を参照できる（その拡張的解釈を、この場面でも肯定すべきと考えるが、事業者の予見可能性という観点から、現行法4条4項の列举事項を例示列举であることを明示の上、さしあたり不告知型の情報提供義務違反の範囲を例示列举事項に限るということもあり得る）。

なお、現行法上は不告知型の要件として故意の場合のみを含むが、不告知型を情報提供義務違反の一類型と考えれば、義務違反は故意または過失について認められるのが原則と思われるため、故意と規範的に同視できる重過失のみならず、過失による不告知についても、なお取消しの余地を検討すべきと解する。

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举することで、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切と考えられる。

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举することのほか、列举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。

【意見の趣旨】

1 本法4条4項本文の文言を、「第1項第1号及び第2項の『重要事項』とは、次に掲げる事項のほか、消費者契約に関して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」に改めるべきである。

2 本法4条4項3号として、特商法6条7号「契約の締結を必要とする事情」を追加すべきである。

【意見の理由】

消費者被害の実態に鑑みて重要事項の範囲を拡張すべき要請は大きいが、事業者の行為予測可能性を担保すべく、例示列举を残し、例示列举事項については外形的事実のみで重要事項に該当する（事業者は反証の余地がない）としつつ、その他の事項については「消費者の判断に通常影響を及ぼすこと」を消費者の証明にかからしめ、事業者の反証を可能にすべきである。

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除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。

【意見の趣旨】

1 本法4条3項本文の文言を、「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次に掲げる行為のほか、消費者を困惑し、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」に改めるべきである。

2 執拗な勧誘、威迫による勧誘を、本法4条3項3号～4号として追加すべきである。

【意見の理由】

現行法の困惑概念は限定列举と解され、現実の消費者被害における多様な勧誘方法のごく一部しかカバーできていない。さしあたり、2の執拗な勧誘・威迫による勧誘は、すでに立法事実の蓄積がある困惑事例として、早急に立法化されるべきである。

さらに、事業者の行為によって消費者の自由な意思形成が歪められる、さまざまな困惑類型が実際に存在しており、それらに対して取消しの手段を用意することが望ましい。ただし、現時点において明確な行為類型化が難しいものについては、その行為による困惑につき、消費者の証明にかからしめることが公平と解する。

(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。

【意見の趣旨】

消費者契約法における不招請勧誘規制については、なお慎重に検討すべきである。

【意見の理由】

不招請勧誘は、一方で消費者被害の温床となっているとの指摘があり、他方で事業者の側からは、消費者への情報提供のための重要な手段との主張もなされる場所である。

そこで考えるに、消費者契約法は、事業者・消費者間の民事ルールであり、主に契約の有効無効、取消権・解除権の付与、条項解釈、および損害賠償等の効果をもって消費者契約を事後的に規律し得る。

不招請勧誘の危険性、また多くの消費者が不招請勧誘を望んでいない現状を思えば、事業者の情報提供はポスティング等にとどめ、不招請勧誘まで至ることは適当でないとも思えるけども、それが民事法上違法と評価されるかについては、なお疑問が残る。一度の不招請勧誘が困惑の具体的な類型化として適切かも疑問である（複数回の不招請勧誘が執拗な勧誘に該当するという点は、明確にすべきである）。意思形成の阻害は、不除去や執拗な

勧誘，困惑の一般化によってカバーすべきではないかとも思われる。また，不招請勧誘は消費者の平穩な私生活といった人格権の侵害のおそれがあるとも考えられるが，それを規制するのはまず（特商法等の）行政法規であって，人格権侵害と契約の有効性が直ちに結びつくとも言いがたい。契約締結に至らない一度の不招請勧誘によって，消費者契約法上直ちに消費者が事業者に対して損害賠償請求権を取得するかなどの困難な問題も生じ得る。

なお，不招請勧誘は，特商法における Do Not Knock 条項の導入などにより，事前規制がなされることがきわめて望ましい。

（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。

【意見の趣旨】

いわゆる「つけ込み型不当勧誘」について，契約を取り消せる旨の規定を設けるべきである。

【意見の理由】

判例上，すでにつけ込み型不当勧誘の一部については，公序良俗無効との判断もでていくところであり，その違法性・規制の必要性は明らかである。より広く，消費者が通常人として自由に意思形成を行えば契約締結に至らなかった場合に取消権の付与を認めるべきである。

そして，ここにおける「つけ込み型」とは，消費者が高齢などにより判断能力が不十分である場合のみならず，消費者の経済的状況や心理的状況といった合理的な判断を行うことができない場合を含むべきであり，その行為類型については例示列挙をもって示すことが適切であると考えられる。

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。

【意見の趣旨】

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当

該不当勧誘行為について悪意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ある。また、第三者の不当勧誘行為によって契約過程に入った消費者に対して、事業者が尽くすべき（責任を阻却する抗弁たりえる）説明義務をただし書で規定すべきである。

「媒介」の意義については、中間取りまとめ案に賛成する。

【意見の理由】

第三者勧誘については、事業者の情報提供義務上、①第三者の不当勧誘行為を、事業者の行為と同視できるか、②第三者の不当勧誘行為によって消費者の自由な意思形成が歪められた状態を、事業者が是正する義務を負うか、の二つの側面から検討する必要があると思われる。現行 5 条 1 項における媒介の委託は①の典型であるが、規制対象をこれに限定することは狭きに失する。媒介の意義を広げるとともに、②についても消費者による取消しを認めるべきである。ただし、消費者は事業者の悪意について立証責任を負い、事業者が第三者の不当勧誘行為の存在やその態様を知っていたことを消費者が証明するのは通常困難であろうから、さしあたりは事業者の悪意を推定できるような、委託に匹敵する外形的事実の証明を要しよう。

他方、②の場合、第三者の不当勧誘行為によって消費者が契約締結過程に入れば常に契約が取消し可能になる（したがって、悪意の事業者は当該消費者との契約を常に控えなければならない）と解すべきではなく、事業者との間で自由な意思形成が担保できれば、取消権は発生しないはずであるから、抗弁となる事業者の情報提供義務の内容についても、予測可能性を担保すべく、明文で規定すべきである。

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。

【意見の趣旨】

消費者取消権の行使期間を、民法に合わせて短期 5 年、長期 20 年（または 10 年）とすべきである。

【意見の理由】

消費者契約法は消費者保護に傾斜した法律であるところ、消費者取消権の行使期間をより保護に厚く延長するのであればともかく、現行法の消費者取消権に民法と比してごく短期の消滅時効が設定されていることは、消費者保護の立法趣旨を損なう。

事業者から見た取引の安定が主張されることもあるが、事業者の帳簿保存期間は会社法上 10 年、税法上も 5 年～7 年（個人事業主も含む）であり、健全な事業者にとっては、取引の正当性の証明に不足はないはずである。

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。

【意見の趣旨】

本法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でなければ法定追認の効力が生じないことを明記すべきである。

【意見の理由】

上記のような規律により、図らずも不当勧誘によって契約締結に至った健全な事業者に、消費者に対して取消権の存在を告知し（抗弁を構成する主要事実となる）、その上で契約関係を安定させるべき法定追認行為を促すインセンティブを与えるべきである。

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。

【意見の趣旨】

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はないこととすべきである。

【意見の理由】

ここでは、事業者が違法な勧誘行為によって消費者契約を締結させた場合に、契約上の経済的均衡を維持するか、均衡を犠牲にして消費者の取消権行使を容易にするかが問題となっているように思われる。特商法におけるクーリング・オフと異なり、ここでは消費者契約締結上の瑕疵があることが議論の前提であり、違法勧誘行為の経済的不合理性を政策的に作出すべきであり、また当該契約を当事者の意思によって取り消すべき要請は強いのであるから、原則として後者を支持すべきである。

ただし、この原則が上記のような政策判断に支えられると考えるならば、著しく均衡を失する結論については、原則たる民法の原状回復義務に服することも考えられる。たとえば消費者が契約目的となる財やサービスをほとんど費消した場合などについては、原則としての消費者の原状回復義務を肯定すべきであり、その場合、事業者の側が、消費者契約法上の返還義務制限を消費者が援用することが信義則違反であるとの主張につき、証明責任を負うと解する。

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、不当条項の種類の追加と合わせ引き続き検討すべきである。

【意見の趣旨】

生命・身体損害の一部免除条項は一律無効の規定を設けるべきである。

【意見の理由】

生命・身体は消費者自身の処分に適さないと解され、合意による責任免除は許されない。最も生命・身体に対する軽過失による侵害のおそれが強い医療契約においても、免責条項が用いられることはないようであるとの報告が調査会でもなされており（第10回議事録13頁、河野発言）、本法8条は債務不履行または不法行為の発生を前提にしているとの限定、保険制度等に加えて、さらに事業者にとって免責条項が必要な状況はただちに想定しがたい。

(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】

中間取りまとめ案に賛成する。

2. 損害賠償額の予定・違約金条項（法第9条第1号）

(1) 「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、同種事業者が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。

【意見の趣旨】

消費者は、契約条項で定められた額が平均的な損害額を超えるとの合理的な疑いを抱かせる外形的事実についてのみ証明責任を負い、「平均的な損害」の主張・立証責任は事業者に転換することを明文で規定すべきである。

【意見の理由】

この問題の根本には、事業者が約款等において損害賠償の額を予定した際、それが何らかの合理的な理由に基づいたものでなければならぬとの規範的要求があり、そうであれば事業者がその損害額の根拠について情報を提供しなければならないことは当然である。

ただしその場合、例えば適格消費者団体による差止請求訴訟において、原告は請求原因としていかなる事実につき主張立証責任を負うかが問題となる。仮にこの点を空白にすれば、損害賠償額の予定が原則として違法の評価を受け、民法 420 条との整合性が問題となり得る。

調査会においては、民事訴訟法上の事案解明義務論も紹介されたが（第 10 回議事録 21 頁、山本和彦発言）、訴訟法上の法理であって理論的にも未だ十分に定着していない事案解明義務を消費者契約法内で規定することは、現段階では議論が熟していないと言わざるを得ない。

そこで、事案解明義務の発生要件における「手がかり」を、実体法の問題として、消費者（団体）側が主張立証すべき事実であると解すべきである。具体的には、消費者側は当該条項で定められた額が平均的な損害の額を超えるとの合理的な疑いを抱かせる事実について、証明責任を負うことを規定すべきである。（たとえば、「解約時期にかかわらず、契約金額の 50%」等の、平均的損害計算との関連が見出しがたい条項の存在があれば、当該事実に該当すると解する。その他、「同種事業を行う通常の事業者に生ずべき損害の額」を超えるとの事実もこれに含まれよう）

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。

【意見の趣旨】

中間取りまとめ案に賛成であり、現行 10 条前段の任意規定との比較は見直すべきである。

【意見の理由】

現在、契約条項の是正については、適格消費者団体による差止請求訴訟に大きな期待がかけられ、実際にこれまで多くの裁判例の蓄積もあるが、現行 10 条前段中「公の秩序に関しない規定の適用による場合に比し」の文言があるために、任意規定違反よりもさらに深刻な強行規定違反の契約条項の差止めが可能か否かについて、重大な疑義が生じている。上記契約条項の使用を差し止めるべき必要性が高いことは明らかであり、今回の立法によって、上記疑義を解消すべきである。

（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。

【意見の趣旨】

契約条項の平易明確については、条項の有効無効と無関係に、条項使用者不利原則に委ねるべきである。

【意見の理由】

契約条項の平易明確は、条項内容の不当性と直結せず、むしろ条項使用者不利原則による条項解釈に委ねるべきである。

信義則が発現する具体的形態は、民法と消費者契約法で異なるけれども、その根本思想に変わりはないため、その解釈が明確にされれば足りると思われる。

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】

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。

消費者の解除権・解約権を制限する条項は原則無効であり、例外的に当該条項が有効となる業務上の必要性・相当性につき、事業者が証明責任を負うべきである。

(2) 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

(中間取りまとめ)

事業者が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】

事業者民法その他の規定に基づかない解除権・取消権を付与する条項は、例外なく無効との規定を設けるべきである。

民法その他の規定に基づく解除権・取消権の行使要件を緩和する条項については原則無効であり、例外的に当該条項が有効となる業務上の必要性・相当性につき、事業者が証明責任を負うべきである。

(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。

【意見の趣旨】

自動更新条項等、より具体的な内容につき、その原則無効を条文で明記すべきである。

【意見の理由】

意思表示擬制の根拠となる作為または不作為の具体的な態様やその負担、意思表示擬制の効果(契約締結なのか、解除・取消しなのか)によって、擬制条項は大きく意味や正当性、消費者に対する利益不利益の度合いを異にし、統一的な規律は難しいように思われる。

(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。

【意見の趣旨】

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。

決定権限付与条項については、なお慎重に検討すべきである。

【意見の理由】

契約条項の文言解釈は当該契約にかかる合意内容の確定そのものであり、消費者意思を事業者が決定することは当然に不可能であり、およそ無効である。

決定権は、契約内容に対する事実認定・適用権の独占であり、本来は裁判所が行うべきものである。ただし、当該条項は事実認定・契約条項への適用の負担を事業者が負うものでもあり、常に消費者の利益を一方向的に害するものとも言えない。たとえば、事業者内の独立機関において正当な判断を担保する等の事情があれば、これは事業者内仲裁機関に付する旨の仲裁条項とも解釈でき、例外なく無効と解すべきでもない。決定権付与条項を一律に有効・無効とするのではなく、より具体的な契約条項に対する規律の方が望ましいように思われる。

(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。

【意見の趣旨】

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。

【意見の理由】

事業者が契約内容を定めるほとんどすべての消費者契約においては、事業者は自ら適法・健全な事業活動を行い、法令を遵守し得る契約内容を定める一般的義務を負うと解する(本法3条1項の背後にある基本的な義務)。

サルベージ条項は、そのような事業者の一般的義務に反し、むしろ消費者・裁判所にその負担を押しつけるものであり、これを有効と解すべき余地はない。

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。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。

【意見の趣旨】

1 条項使用者不利の原則を規定すべきである。なお、条項内容の意味内容が確定できない場合には、条項無効の効果もあり得ることを明記すべきである。

2 適用範囲を定型約款に限定する必要はない。

【意見の理由】

契約内容の平易明確化義務で述べたところと同様である。

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。

【意見の趣旨】

「抗弁の接続」「複数契約の無効・取消し・解除」につき、5条の適用範囲の拡張によるほかは、なお慎重に検討すべきである。

【意見の理由】

ここでの問題は、不当勧誘行為等を行った事業者に対する契約を5条等で取り消した後、与信業者等（不当勧誘行為等について悪意の場合は、与信契約に対しても5条が妥当すべきである）との関係でも消費者に負担を残さない、事案の後始末を円滑に行う手段を認めるか否かにあると思われる。

消費者救済の必要性・切実性についてはなお大きな問題があるけれども、与信業者の行為に特段の違法性がない場合、供給業者・消費者間の消費者契約上生じた損害を与信業者に負担させるには、（たとえば、消費者契約に関する保険制度などで救済するなどの代替案に比べて）相当の規範的根拠がなければならない。

3. 継続的契約の任意解除権

(中間取りまとめ)

以上を踏まえ、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。

【意見の趣旨】

解除権制限条項の無効化のほか、「継続的契約の任意解除権」について規定を設けるべきである。

【意見の理由】

継続的役務提供契約の場合は民法上の規定（民651条）に従い、消費者契約法で確認的に規定を加えることにより、準委任契約か否か性質決定が困難な消費者契約の中途解除につき、予測可能性を高めることができる。

継続的物品販売契約等の場合に、民法上解除規定がないのは、継続的売買契約等を念頭に置いていなかったからとも思われ、継続的役務提供契約と比べて取扱いに差を設ける合理的理由はない。

ただし、継続的役務提供契約の中途解除が認められるのは、もともと委任契約が信頼関係を基礎とするものであるため、特段の事由なく任意解除を認めたものと解されている。継続的消費者契約全体について、同様の趣旨が妥当するかはなお検討の余地がある。

むしろ、消費者の自由な意思形成の射程が遠い将来にまで及ぶことが通常でないことを正面から認めた上で、消費者の任意解除権を肯定した後、解除権制限条項の必要性・相当性について、事業者側に証明責任を課すべきと解する。

以上