

## 第1章 総則（第1条－第3条）

### 第1条（目的）

#### （目的）

**第1条** この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差に鑑み、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合等について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができることとするとともに、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とするほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができることとすることにより、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。

#### 1 趣旨

本法においては、消費者と事業者との間に存在する、契約の締結、取引に関する構造的な「情報の質及び量並びに交渉力の格差」に着目し、消費者に自己責任を求めることが適切でない場合のうち、契約締結過程及び契約条項に関して、消費者が契約の全部又は一部の効力を否定することができるようにすることによって、消費者契約（消費者と事業者との間で締結される契約。第2条で詳しく解説する）に関するトラブルの公正かつ円滑な解決に資するとともに、事業者等が不特定かつ多数の消費者に対して消費者契約法に規定する不当な勧誘行為又は不当な契約条項を含む消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を現に行い又は行うおそれがある場合に、適格消費者団体が当該事業者等に対しその差止請求をすることができることとすることによって、消費者の被害の発生又は拡大の防止に資すると考えられる。

#### 2 条文の解釈

##### （1）「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」

消費者契約については、トラブルが生じたものにつきその原因を探ってみると、消費者契約における両当事者の間で意思表示（申込み、承諾）が形式的に合致していても、それらの表示から客観的に推断される意思の内容が、消費者の真意と必ずしも同じでない場合が多い。具体的には次のとおりである。

- ① 契約締結過程においては、事業者の不適切な動機付けや影響力の行使によって、意思形成が正当になされないままに消費者が契約の申込み又は承諾を行うことにより契約が締結される。
- ② 契約条項については、消費者の意思表示に瑕疵がない場合であっても、消費

者に著しく不利な内容の契約が締結されて、消費者が著しく重い義務を負ったり本来有する権利を奪われたりする。

上記の問題が生じる原因としては、消費者契約の特性ともいえる、消費者と事業者との間に存在する契約の締結、取引に関する構造的な「情報の質及び量並びに交渉力の格差」(注)があげられる。

### ① 契約締結過程

ア 事業者は扱っている商品・権利・役務に関する内容や取引条件についての情報を、消費者よりも多くもっている(情報の量の格差)。

イ 事業者は当該事業に関し、消費者よりも交渉のノウハウがある(交渉力の格差)。

### ② 契約条項

ア 事業者は、当該業に関連する法律、商慣習について、一般的に消費者よりも詳しい情報をもっている(情報の質及び量の格差)。

イ また、当該契約条項についても自らが作成したものであることが通常であるため、ひとつひとつの条項の意義についての知識をもっている(情報の質及び量の格差)。

ウ 同種の取引を大量に処理するために、事業者によってあらかじめ設定された契約条項を消費者が変更してもらうことはほとんど現実的にありえない(交渉力の格差)。

(注) 情報の質：入手される情報の詳しさ、入手される情報の正確性、  
入手される情報の整理の度合い  
情報の量：入手される情報量

したがって、本法においては、消費者と事業者との間に存在する、契約の締結、取引に関する構造的な「情報の質及び量並びに交渉力の格差」(以下、便宜の観点から「情報・交渉力の格差」とする)に着目し、消費者に自己責任を求めることが適切でない場合のうち、契約締結過程及び契約条項に関して、消費者が契約の全部又は一部の効力を否定することができるようにする場合を、新たに定めることとしたものである。

**(2)「事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができることとする」**

この意味内容については、第2条以下の解説において詳述する。

**(3)「事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とする」**

この意味内容については、第2条以下の解説において詳述する。

#### (4)「消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができることとする」

この意味内容については、第12条以下の解説において詳述する。

#### (5)「消費者の利益の擁護」

消費者をめぐる環境が急速に多様化、複雑化するなかで、消費者と事業者双方が自己責任に基づいて行動できる環境整備が不可欠である。

すなわち、本法においては、消費者をめぐる契約に関してトラブルが生じた際に、消費者自らによる救済を行いやすくすることを通じて「消費者の利益の擁護」を図ることを直接の目的とする。

これに加え、消費者契約の特性・実態等に鑑みると、被害を受けた個々の消費者に、その救済に向けた積極的な権利行使を期待することには限界があると同時に、同種の消費者被害の発生又は拡大を効果的に阻止することにも限界があることを踏まえ、本法においては、適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができるようにすることにより、消費者の被害の発生又は拡大を防止して「消費者の利益の擁護」を図ることをも目的としている。

#### (6)「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」

本法の直接の目的は、消費者をめぐる契約に関してトラブルが生じた際に、消費者自らによる救済を行いやすくすること及び消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができることとすることを通じて「消費者の利益の擁護」を図ることであり、「もって」以下にある「国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展」は、「消費者の利益の擁護」を図ることによって達成することが期待されている目的を示すものである。

現代においては、事業が多様化・複雑化・専門分化し、また社会が高度情報化しているため、消費者と事業者との間に、契約の締結、取引に関する構造的な「情報・交渉力の格差」が生じている。かかる状況を踏まえて、消費者契約の分野で、契約の締結、取引の実情やトラブルの実態に鑑み、消費者に自己責任を求めることが不適切な場合のうち、消費者が契約の全部又は一部の効力を否定することができるように法律によって定めることにより、裁判規範（紛争解決の具体的指針）として機能することを通じた消費者の事後救済の容易化・迅速化、法的安定性の向上、争点の単純化・明確化、審理の拡散の防止等といった裁判における影響はもとより、裁判外紛争処理の円滑化・迅速化・低コスト化、消費者と事業者双方の契約に関する意識の変化、健全な国民のモラルの向上といった効果も期待される。

また、事業者にとっても、事業活動に即してどのような行為をするとどのような効果が生じるのかということについて予見可能性の高いルールが策定されることに

より、消費者と事業者双方の契約当事者としての責任に基づいた行動が促され、紛争の発生防止にも寄与することが期待される。さらには、取引に当たっての消費者と事業者双方の信頼感が醸成されることにより、経済活動の活性化に資することも期待できる。

このように、本法を定めることにより、「国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展」に資することが期待される。

#### ① 消費者側の権利の濫用について

個々の裁判において、目的規定に鑑み、情報の質及び量並びに交渉力の格差に比して消費者の主張が民法第1条第3項に規定する権利の濫用に当たるのであれば、当該消費者の当該主張が退けられるものとする。

#### ② 消費者が事業者に対して不当に有利な内容の契約を締結したとき

本法制定の理念である、「消費者と事業者との間に存在する、契約の締結、取引に関する構造的な『情報・交渉力の格差』」に着目し、民法等の規定によって救済されるもの以外について、契約の締結、取引の実情やトラブルの実態に鑑み消費者に自己責任を求めることが適切でない場合を法律によって定めることとする」ことから考えると、当該事例は本法制定の理念から外れるために、本法で救済することは考えていない。

### 3 適用範囲の考え方

本法は、あらゆる取引分野における消費者契約について、幅広く適用される民事ルールであり、契約の締結、取引に関する構造的な「情報・交渉力の格差」が存在する場合は現実的にみて一般的であることに着目したものである。

また、このような一般的な傾向を鑑み、本法の適用範囲を決めるに当たっては、次のような考え方に基づいている。

本法で取り扱う消費者契約（消費者と事業者との間の契約）の適用範囲を決めるに当たっては、前述したように、取引に関する「情報・交渉力の格差」を念頭に置きつつ消費者と事業者の範囲を決める必要がある。

本法における「消費者」と「事業者」とを区別する観点は、取引に関する「情報・交渉力の格差」であり、その格差が生じる要因は、基本的には「①同種の行為（契約の締結、取引）を反復継続しているか否か」であるが、要因はそれのみにとどまらず「②社会から要請されている事業者の責任」という視点も必要であると考えられる。

例えば、事業者は、当該業において事業そのものとして扱っているもの以外にも、当該業を運営していくために必要な商品・権利・役務に関する内容や取引条件、さらには法律や商慣習について消費者よりも詳しい情報をもっているが、この部分については単に「同種の行為（契約の締結、取引）の反復継続」のみによって全てが説明されるわけではない。

それは通常、「同種の行為（契約の締結、取引）の反復継続」である事業というものをを行うために、反復継続という回数とは関係なく、事業者が事業を行う際には最低限知っているべきとされているもの、いわば事業者に求められる「事業者が取引をするためのインフラ（情報ネットワーク、法律知識、商慣習など）」ともいえるものである。これを換言するならば、通常、経済社会の取引の安全性を確保するために、社会が事業を行う者に対して求めている負担（＝「社会から要請されている事業者の責任」）（注）といえるであろう。

以上の「社会から要請されている事業者の責任」に伴う「事業者が契約を締結し、取引をするためのインフラ」の有無が、消費者契約におけるトラブルを引き起こす取引に関する「情報・交渉力の格差」のもう1つの要因である。

（注）社会が事業を行う者に対して求めている負担について、同様の考え方を採っている例としては、製造物責任法に規定している「製造物責任」の考え方がある。

製造物責任法が製造業者等に対し、その製造物が欠陥すなわち通常有すべき安全性を欠いていることにより損害賠償責任を負わせる根拠としては、例えば以下のような理論的根拠が考えられる。

信頼責任：自らの製品に対する消費者の信頼に反して欠陥ある製造物を製造し引き渡したことを根拠として、賠償責任を負うべきである。

報償責任：製造者は利益追及行為を行っており、利益を上げる過程において他人に損害を与えたことを根拠に、賠償責任を負うべきである。

（危険責任：危険を内在した製造物を製造した者がその危険が実現した場合の賠償責任を負うべきである。）