

第7条（取消権の行使期間等）

（取消権の行使期間等）

第7条 第4条第1項から第4項までの規定による取消権は、追認をすることができる時から1年間行わないときは、時効によって消滅する。当該消費者契約の締結の時から5年を経過したときも、同様とする。

2 会社法（平成17年法律第86号）その他の法律により詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができないものとされている株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出が消費者契約としてされた場合には、当該株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出に係る意思表示については、第4条第1項から第4項までの規定によりその取消しをすることができない。

I 第1項

1 趣旨等

（1）趣旨

民法第126条では、取消権の行使期間を、「追認をすることができる時から5年間」、「行為の時から20年」と定めているところ、本法では、消費者が誤認、困惑したことにより、又は過量な内容の消費者契約の締結について勧誘を受けたことにより、消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を行った場合の取消権について、その行使期間を、「追認をすることができる時から1年間」、「当該消費者契約の締結の時から5年」とするものである。

本法の対象である消費者契約においては、契約当事者の一方は必ず事業者であるところ、事業者の行う取引は、反復継続的に行われるという性質をもつ。このため、事業者の行う取引は、迅速な処理が求められ、かつ、取引の安全確保、法律関係の早期の安定に対する要請が高い。

また、本法は、民法の定める場合よりも取消しを広く認めるものであるので、私人間におけるあらゆる行為を想定し、その取消権の行使期間を定める民法の場合と比べ、取消権の行使期間を短く規定することとしている。

（2）平成28年改正

平成28年改正前の法第7条第1項は、短期の取消権の行使期間を「追認をすることができる時から6箇月間」としていたが、不当な勧誘を受けて契約を締結し、この期間を経過してしまう消費者が一定数存在していた。他方で、取引の安全の確保を図り、早期に法律関係を確定させる必要があるという要請もある。そこで、このような要請も考慮しつつ、消費者被害ができる限り救済されるよう、平成28年改正において、短期の取消権の行使期間を「追認をすることができる時から1年間」に

伸長することとした。

2 条文の解釈

(1) 「追認をすることができる時」

短期の取消権の行使期間の起算点となる「追認をすることができる時」とは、取消しの原因となっていた状況が消滅した時である（民法第124条第1項参照）。本法においては以下のとおりである。

① 誤認類型の場合（法第4条第1項、第2項）

事業者の行った「重要事項について事実と異なることを告げる」（法第4条第1項第1号）行為、「将来における変動が不確実な事項につき断定的判断を提供する」（同項第2号）行為、「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を故意に告げない」（同条第2項）行為により、消費者が誤認をしたことに気付いた時が「追認をすることができる時」となる。

② 困惑類型の場合（法第4条第3項）

消費者が、法第4条第3項に規定する事業者の行為による困惑から脱した時が「追認をすることができる時」となる。

例えば、同項第1号及び第2号では、消費者が、事業者の行った「退去しない」（同項第1号）行為、「退去させない」（同項第2号）行為による困惑を脱した時が「追認をすることができる時」となる。

通常は、事業者の上記各行為を免れた時に、困惑から脱することが考えられる。具体的には、

ア 当該消費者が退去すべき旨の意思を示した住居又は業務を行っている場所から、当該事業者が退去した時（同項第1号）

イ 当該消費者が退去する旨の意思を示した場所から、当該消費者が退去した時（同項第2号）が「追認をすることができる時」となる。

③ 過量な内容の消費者契約の場合（法第4条第4項）

消費者が過量な内容の消費者契約を締結してしまうのは、当該消費者に当該消費者契約を締結するか否かについて合理的な判断をすることができない事情がある場合であると考えられるため、当該消費者契約を締結するか否かについて合理的な判断をすることができない事情が消滅した時が「追認をすることができる時」となる（注1）。

なお、個別具体的な状況にもよるが、以下の場合などが考えられる。

ア 消費者が、過量な内容の消費者契約であることを認識していなかったために、当該消費者契約を締結してしまった場合であれば、その後、当該消費者

契約が過量な内容のものであることを認識した時（注2）

イ 消費者が、事業者による過量な内容の消費者契約の勧誘に対して、断りたくても断り難い心理状態にあったために、当該消費者契約を締結してしまった場合であれば、そのような心理状態を脱した時（注3）

（注1）「合理的な判断をすることができない事情」とは、過量な内容の消費者契約を締結する原因となった事情であり、取消しが認められる事例には、必ず何らかの「合理的な判断をすることができない事情」があると考えられる。

（注2）例えば、次々販売において消費者が、既に同種の物品を購入していたことを失念していたために過量な内容の契約を締結してしまった事例であれば、当該消費者が、既に同種の物品を購入・所有していたという事実を知れば、過量な内容のものであることを認識することになると考えられる。

（注3）例えば、事業者より無料で商品の譲渡やサービスの提供等を受けた後に契約締結を勧められたことにより、当該消費者が断り難い心理状態となって契約を締結してしまった事例のように、その勧誘が終了してしまえば、他に過量な内容の契約を締結する要因となる事情がない場合であれば、通常は、当該勧誘が終了すれば当該心理状態を脱したものと見える。他方で、先輩・後輩又は使用者・被用者その他の人間関係を背景として過量な内容の契約締結を勧められて締結してしまった事例のように、当該勧誘が終了した後も、当該消費者契約の締結を断ることができなかったのと同じ心理状態が継続するのであれば、当該心理状態を脱するまでは、取消しの原因となっていた状況が継続していると考えられる。

（2）「1年間行わないとき」

- ① 取引社会の実情において、比較的短期間のうちに請求、弁済がなされていることから、早急に法律関係を確定させる必要がある。
- ② 他方、不当な勧誘を受けて契約を締結した消費者ができる限り救済されるようにする必要もある。

ことなどを考慮し、短期の行使期間を1年と定めている。

（3）「時効によって消滅する」

取消権は形成権であり、取消権者の一方的な権利行使により、直ちに完全な効果を生ずる。取消権を有する消費者は、事業者に対して意思表示をすることによってこれを行行使することができ（民法第123条）、取消し意思表示が事業者に到達すれば、取消しは有効となる（意思表示の方法の如何は問わないが、後で取消し意思表示の有無が争われないようにするために、裁判外で取消権を行行使する場合には、内容証明郵便・配達証明郵便を用いて行うことが多い。）。

しかしながら、取消権は「追認をすることができる時から1年」、又は「当該消費

者契約の締結の時から5年」のいずれか一方の期間の経過によって消滅する。したがって、当該期間の経過後に取消し意思表示をしたとしても、その取消しは効力を有しない。

なお、取消権が消滅していることの立証責任は、事業者が負う。例えば、1年の行使期間について、消費者がどの時点で誤認に気付いていたかが争いとなった場合には、事業者は、間接事実（例えば、消費者から苦情が持ち込まれた日時等）の積み重ねによって立証していくことになる。

（４）「当該消費者契約の締結の時から」

長期の行使期間の起算点について、民法で定める「行為の時」とは異なり、本法では「当該消費者契約の締結の時」とする。

その理由は、

- ① 消費者と事業者の間で行われる契約が対話者間契約の場合は、通常「当該消費者契約の締結の時」と「行為の時」（＝消費者が契約締結のための意思表示をした時）の時期は等しくなる。
- ② 起算点が若干異なることとなる隔地者間契約の場合について、「行為の時」と規定すると、消費者が申込みを行う時には、到達主義に基づき、事業者に意思表示が到達した時点が起算点ということになるが、消費者にとって、自らの意思表示がいつ到達したのかが明確ではないという問題を生む。

ということである。

そこで、本法はできるだけ明確な民事ルールを規定するものであることから、より客観的に明確な「当該消費者契約の締結の時」を起算点と規定する（隔地者間契約の場合であっても、事業者の発する契約締結の諾否の通知等に記載された日付等によって、「消費者契約の締結の時」は、消費者にも明らかとなると考えられる）。

（５）「5年を経過したとき」

消費者の権利の保全及び取引の安全という両者の要請を踏まえ、本法では、長期の行使期間を5年と定めている（注）。

（注）本法の立案時においては、商事債権について5年間の消滅時効を定めた商法第522条の規定も参考としている。

Ⅱ 第2項

1 趣旨

株式の引受けという行為は、対公衆的意思表示としての性質を有し、その内容は

資本団体の創設という経済的意義を有することからも、この行為を信頼する公衆の利益を保護すべき要求が強い。この性質は会社法第 51 条第 2 項、第 102 条第 6 項、第 211 条第 2 項に規定する詐欺、強迫等の取消しの理由如何によらず妥当するものであるから、本法においても同様に株式引受けの取消しの制限をするものである。

また、このことは、会社法以外の法律の規定により株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出について詐欺又は強迫を理由として取り消すことができないものとされている場合にも同様に当てはまることから、そのような場合においても法第 4 条第 1 項から第 3 項までの規定が適用されないことを規定することとしている。

2 条文の解釈

「会社法（平成 17 年法律第 86 号）その他の法律により詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができないものとされている株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出」

株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出に関して、詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができない旨を規定する法律の規定の例としては、会社法第 51 条第 2 項（同項を準用する資産の流動化に関する法律第 25 条第 1 項）、第 102 条第 6 項（同項を準用する投資信託及び投資法人に関する法律第 75 条第 5 項）及び第 211 条第 2 項（同項を準用する資産の流動化に関する法律第 41 条第 6 項、協同組織金融機関の優先出資に関する法律第 14 条第 1 項、投資信託及び投資法人に関する法律第 84 条第 1 項）のほか、会社法の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律第 7 条、金融商品取引法第 101 条の 15 第 2 項、保険業法第 30 条の 5 第 3 項・第 96 条の 3 第 2 項、商品先物取引法第 131 条の 5 第 2 項等がある。

第2節 消費者契約の条項の無効（第8条～第10条）

● 趣旨

（1）契約条項の無効（第8条～第10条）についての総説

現代社会の消費者契約においては、契約当事者の一方である事業者が、大量取引を迅速かつ画一的に処理しながら安定した契約を確保するために、一定の場合に、自己の責任を免除もしくは軽減することにより相手方である消費者の権利を制限し又は相手方である消費者に一定の義務を課すなどにより、経済的利益の配分を図っている（なお、電気・ガスの供給、輸送サービスの提供、電話の通信契約等のように、大量に取引がなされ、画一的かつ迅速な処理が要求されるために附合契約と呼ばれる契約形態をとることが合理的であるものがある。これらの契約については、消費者保護の観点から国が契約内容の認可・届出等の手続を通じて行政的に監督しているものが多い。）。しかし、場合によっては、取引が多様化・複雑化するなかで情報・交渉力の面で消費者と事業者との間に大きな格差が存在する状況において、事業者が適切なバランスを失し、自己に一方的に有利な結果を来す可能性も否定できない。このように、消費者にとって不当な契約条項により権利を制限される場合には、消費者の正当な利益を保護するため当該条項の効力の全部又は一部を否定することが適当である。

民法第91条は、当事者の意思によって任意規定と異なる特約をした場合には、任意規定よりもその特約が優先すると規定しているが、以上を踏まえ、本法第2章第2節の規定（法第8条から第10条まで）は、民法第91条の特則として、民法、商法等の任意規定と異なる特約である契約条項のうち一定の要件に当てはまるものの全部又は一部を無効としている。

（2）民法第1条第2項（信義則）、第90条（公序良俗）との関係

本法第2章第2節の規定は、消費者契約においては、契約全体を有効としつつ、法第8条から第10条の規定に掲げる条項に該当するものを無効とするものである。一方、裁判実務上、民法の信義則、公序良俗を根拠として、契約全体を有効としつつ契約条項の効力を否定する例がみられる。しかし、本法第2章第2節の規定は民法の信義則、公序良俗とはその目的を異にするものである。

① 民法の信義誠実の原則（第1条第2項）の目的

権利の行使、又は、義務の履行に当たっては、社会共同生活の一員として、互いに相手の信頼を裏切らないように、誠意を持って行動することを要請する。

② 民法の公序良俗（第90条）の目的

国家・社会の秩序や一般的利益、社会の一般的道徳観念に反する法律行為を無効とする。

③ 本法第2章第2節の規定の目的

情報・交渉力において劣位にある消費者の正当な利益が不当な内容の契約条項により侵害された場合に、このような不当条項の効力を否定することにより当該消費者の利益を回復する。