

1 消費者契約の内容の情報提供(3条1項)

	具体例	問題点等
A	<p>・商品役務内容が複雑化している金融商品や通信分野(プロバイダ・携帯電話)に関するトラブルが多い。</p> <p>・例えば、PCの性能に見合わない高速回線を契約してしまった事例。</p> <p>・リボ払い(利率に関する説明がないなど)におけるトラブルも多い。</p>	努力義務に過ぎないため、その点で弱い。
B	<p>利息制限法に則した引き直し計算が可能な消費者(借り主)に対し、引き直し計算が可能であることを教示せず、「おまとめローン」を利用すれば毎月の支払負担が減ることだけを広告して貸付を行う銀行等に対し、広告の改善を求める。</p>	法的効力が直接発生しないし、当然のことながら差止の対象ともならない。
C	<p>(1)今まで預金しかしたことがないが、銀行の窓口で、新しく、リスクのない元本確保型の投資信託がでたので、これなら安心と説明され、信用して購入したが、満期になったら大きく元本割れした。私は元本保証だと思っていた。後からデリバティブが組み込まれていた投資信託と分かったが、銀行ではその説明は一切なく、パンフレットにも記載がない。</p> <p>(2)ネットで広告を見て美容外科に行き、話を聞きに行ったつもりだったのに、カウンセリングで勧められ、豊胸手術の申込みをした。翌日やっぱり高額なのでやめると言ったら、すでに規約で定めている2週間前を過ぎているので、手術代金の50%を支払うように言われた。とても支払えない。</p> <p>(3)スポーツジムの会費を月払いではなく、少し割安になる1年分、一括前払いで支払っていた。引っ越しをするので通えなくなるので解約を申し出したら、一切返金しないという。残っている分を返金するべきだ。</p>	<p>(1)同様の事例は、仕組商品全般(ノックイン投信、通貨選択型投信、二重通貨預金など)にある。問題点は、3条が努力義務であるため、デリバティブを組み込んだ仕組商品の情報提供に現実に不足があったとしても、使えないこと。(ちなみに金商法の対象であるが、同法による説明義務もそこまでを要求していない。また、商品組成や仕組みがあまりに複雑であるので消費者が適切性を評価できない。)</p> <p>(2)相手方の規約では、「手術予定日2週間前から前々日までの変更・キャンセルは、手術代金の50%、手術予定日前日の手術の変更・キャンセルは手術代金の80%、手術当日の変更・キャンセルについては手術代金の全額をキャンセル料としてお支払いいただきます」となっていた。 ・その他にも不当条項があり、それら条項の使用停止の申し入れ(裁判外)を行った。相手方は条項の使用停止等を受け入れ、「手術予定日の2週間以降の変更・キャンセルは実費相当額をいただきます」と規約変更し、ただしそれは平均的損害を超えないものとする趣旨であると回答した。 ・相手方に対し、その是正では、消費者は事前にキャンセル料額を予測することができず、判断の根拠を欠くことになる。3条に求められる明確性・平易性を欠くと指摘はしたが、3条が努力義務のため、それ以上の追及ができなかった。</p> <p>(3)相手方の会則に「一旦納入した諸費用は原則として返還しません」となっていた。またこの諸費用は事実上会費を指していた。 ・その他にも不当条項があり、それら条項の使用停止の申し入れ(裁判外)を行った。相手方は条項の使用停止を受け入れ「一旦納入いただいた諸費用は、法令の定めまたは会社が認める理由がある場合を除き、返還できません」と改訂した。 ・しかし、これでは消費者が会費の返還が行われることを認識できない。消費者が理解できる会則にするべきとさらに要望し、相手方からは次回会則改定に検討することを約束されたが、強制力が伴わないため、そこで終了せざるを得なかった。3条が努力義務でなければ、より実効性が高まる。</p>
G	<p>中古車買取業者が、買取契約をして車両を引き取った後、事故車であることを理由に売買代金を支払わない。契約時には、査定額を示すのみでそうした可能性の説明はなく、売主が事故歴を申告しても、それは問題ないなどと言って、契約書に事故修復歴なしと記載させていた。</p>	<p>消費者の自己決定権を実効性あらしめるため、事業者の情報提供義務を法的義務として明確に規定すべきである。これにより、その違反は当然に違法なものであるとして、消費者は不法行為又は債務不履行に基づく損害賠償請求権を行使しやすくなる。また、その違反によりなされた消費者契約は取り消しうるものとするべきである(後述)。</p>
H	<p>・挙式+披露宴が168,000円できるとの広告をみて、申し込んだ。会場をみて、嫌になり、解約を申し出たら、高額な解約金を請求された。(事例1)</p> <p>・航空運賃について、スーパー早割でチケットを購入したが、都合により、搭乗せず、キャンセルすることになった。普通チケットに比べ、キャンセル料が高いことを知らなかった。(事例2)</p>	<p>①事例1 ・事業者のHPには、従来の挙式+披露宴の平均的な金額が掲載され、それと比較して安価に行えるとの広告があった。 ・しかし、事業者が提供する会場(広さや間取り)、食事(メニュー数や品数、食材が高級であるかどうかといった点)について、消費者が事前に情報を得られるようにはなっておらず、誇大広告である疑いが高いと思われた。 ・広告に合理的根拠を要求したり、広く情報提供義務を課すべきである。 ・契約によっては、従来のような代金になるし、披露宴参加者が提供する祝儀はすべて事業者のものとなる契約であるから、従来の方式より安いとは必ずしもいえない。十分な情報提供義務を事業者に課すべきである。</p> <p>②事例2 ・客を集めるため、メリットを強調する広告が多いが、契約から離脱する際の不利益について十分説明がない広告が多い。インターネット取引等、対面販売でない取引分野においては、消費者に不利益となりうる条項についても、注意を引くような情報提供をさせるべきである。</p>

2 不当な勧誘

①不実告知(4条1項1号)

	具体例	問題点等
A	エステサロン特典付女子大生・OL向けのビジネス講座(エステサロンは予約が取れず施術を受けられないなど)、セミナー受講し放題特典付FX DVD講座(セミナーが開催されない、内容に受講価値がないなど)	重要事項に動機を含まない点が問題(特商法では含まれるが、特商法の適用を受けないようにしており、特商法だけでは解決できない)。契約の目的である役務のほかに附随する役務があることにより契約締結をしたが、実際は付随する役務は実のないものである場合、附随する役務についての不実告知では取消事由とならない。
C	<p>(4)今まで預金しかしたことがないが、銀行の窓口で、新しく、リスクのない元本確保型の投資信託がでたので、これなら安心と説明され、信用して購入したが、満期になったら大きく元本割れした。後からデリバティブが組み込まれていた投資信託と分かったが、銀行ではその説明は一切なく、パンフレットにも記載がない。私は元本保証だと思っていた。</p> <p>(5)ネットでドロップショッピングの広告を見つけ資料請求したら、担当者から電話があり、「今はキャンペーン期間なので、通常の取扱い商品の2倍に品揃えが充実するので月15~20万円の純益が出る」と説明された。その後メールや電話で何度もやり取りをして、「SEO対策や顧客へのメルマガにより店の広告をするので確実に売れる。月収30万円は固い。HP作成等のために80万円の費用がかかるが、すぐに元が取れる。」と言われ契約した。1ヵ月後にホームページを立ち上げたが全く利益はない。解約し返金してほしい。契約書面は、サイト名での契約となっている。</p> <p>(6)夫婦2人の会社だが、退職金代わりに妻を被保険者にして終身保険に加入した。最初、保険の内容には納得したが、保険料が高かったのをやめると言ったら、営業員が、パンフレットには書いていないが、保険料が全額損金算入されると教えてくれたため契約した。しかし後から半額しか損金算入できないと分かった。事実と違うから契約を取消してほしいと言ったら、保険会社は税金については、保険の内容ではなく顧客の判断というし、営業員は税金について言っていないと言う。</p> <p>(7)新築マンションの鍵の引き渡しを受けた日、部屋にいたところ、業者が来訪した。「管理組合から依頼されて来た。引越し前にカビ止め施工をしたほうがよい。他の入居者もみんなやっている。」と言われ、契約した。施工後、管理組合からの紹介ではなく、他の入居者もやっている人は少ないとわかった。</p> <p>(8)友人に呼ばれて喫茶店に行ったら、高額なDVDを勧められた。「このDVDを買えば、セミナーに参加でき人脈も作れる。セミナー受講により一流になれる。」と説明されてFXのDVDを買った。しかし、セミナーはモチベーションをあげるだけのものに役に立たない。解約したい。</p>	<p>(4)元本確保との表示は消費者には元本保証と同義と認識され、不実告知であると思われるが、相手方からは、まったく異なるものであり、説明義務を尽くしていると反論される。</p> <p>(5)副業であるために消費者性で問題になるが、4条1項1号の問題ともなる。ドロップショッピングの当該事例など以外に電話機のリース提携販売など同様の事例は非常に多数あるが、「言った、言わない」の問題になることがほとんどで立証がきわめて困難である。</p> <p>(6)消費者性の問題を横におけば、不実告知があったとしても、契約の内容ではなく、税金の減免という動機についてのものとして、相手方から取消の対象ではないと主張される。そのため解決が困難である。</p> <p>(7)(8)ともに、契約締結までの判断要素になっているが、動機であるために使いにくい。</p>
D		「重要事実」の範囲に動機が含まれていない点は妥当でない。また、将来における金の価格が重要事項でないとした裁判例も妥当でなかったと思われる。
F	特商法の対象取引以外で契約締結過程の不実告知(例えば、商品価値が市場よりいかにも高いと偽り、それより安いと見せかける、いわゆる一種の二重価格表示)により消費者取消権を主張。いわゆる動機部分の誤認。これについて、本件は重要事項に該当しないから、取り消しには応じられないと言われた。しかし、納得できず取り消しを主張。	<p>4項の重要事項の具体的規定には、動機部分が含まれていないから、同条の適用が出来ない可能性があり得る。特商法に、このような限定がないことと異なる(同法9条の3第1項)。</p> <p>理由</p> <p>①現代社会における被害態様は、意思表示部分に関するところでは、ほとんどが契約締結過程、つまり動機部分に何らかの錯誤等を生じさせるというのがほとんど。とすれば、1条の目的と趣旨によれば、4項部分は削除すべきではないか。</p> <p>②一般法理である民法の世界であっても、動機部分を意思表示と一元化しようとする試みがある(判例とは異なるが)ことに加え、公序良俗論でさえ、古くから他人の窮迫、軽率、無経験に乗じたものを取り入れている。この点は、契約締結過程を考慮していることに他ならない。それにも関わらず、消契法の目的、趣旨の下に、これを取り入れないのは、一般法理との逆転現象が生じているといえまいか。</p> <p>③特商法で限定がなく、消契法に限定があることを正当化するものとして、対象取引が異なり、より限定された領域で適用される特商法であること、悪質商法抑制の必要性が高いことなど業法上の要請が挙げられることが想定される。しかし、業法内の民事ルールにおいて、この理を貫徹すると、特商法の対象取引でないこと=動機部分は取消不可となる危険性が高いし、現に、そのような裁判例も何える。これでは、業法上の民事ルールの制限定が、かえって消費者保護に悖ることに繋がり不当ではないか(複合立法の問題)。</p> <p>そこで、消契法1条に照らし、特商法と同様の取消権を認めるべきである。</p>
G	インターネットサイトで中古車買取業者数社に一括見積もりを依頼したところ、一番先に来た業者が「相場は〇〇円だが、今日契約してくれば××円で買い取る。」と言うので、契約した。ところが、その後他社の金額を聞いたところ、××円よりもっと高額であった。	現行法4条4項は、取消しの対象となる重要事項について、①1号(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)又は2号(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)にあたる事項であって、かつ、②消費者が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規定している。重要事項をこのように限定した結果、契約動機に関する不実告知や不利益事実の不告知が、取消しの対象から外れるのではないかという解釈上の疑義が生じており、かかる限定を削除すべきである。

②断定的判断の提供(4条1項2号)

	具体例	問題点等
A		美容や教育などの分野については、非財産的利益についての判断となり、「将来における変動が不確実な事項」に該当せず、消費者契約法が適用されない可能性がある。
C	(9)路上で痩身エステが体験できると声をかけられ好奇心で店に行った。施術後、高額だが、このエステコースを受ければ必ずやせると言われ、元々エステに興味があったため契約をしてしまった。しかし施術を受けても、肌が赤くなって痛いだけで何の効果もあがらなかった。苦情を言っても、全部受ければ効果があると言われ、我慢してコースの大半を受けたが、全く効果がなかった。必ず効果があると言ったのだから返金してほしい。	(9)断定的判断提供については、財産上の利得に限定されるとの解釈があるため、その他の利得について断定的判断提供があっても適用しにくい。同種の事例として、エステ、美容医療等で、必ずにきびが治る、将来しみができないなど、学習教材や講座による、必ず成績が上がる、簡単に技術が身に付き儲かる、などがある。
D		規制の趣旨からしても、断定的判断の提供の対象となる事項を財産上の利益に限定する必要はない。

B-1 関係機関ヒアリング

③不利益事実の不告知(4条2項)

	具体例	問題点等
A	留学に関する契約で、ホームステイ先や研修先に関する情報提供が不十分であったり(米国での語学研修プログラムでホームステイ先が日本人家庭である、米国でのネイル学校が先生も生徒も全員ベトナム人で、ベトナム語の授業であったなど)、ビザが取れなかったりする事例がある。	「故意に」と「利益となる旨を告げ」の要件が厳しく実務上まず使えない(下手に使うと、相手の反論を許すことになり交渉が困難となる)。むしろ、不実告知の問題にすることの方が多い。「重要事項の不告知」という類型を入れることが望ましい。
C	(10)携帯ショップで、携帯電話が「使いたい放題」になると言われて料金システムの契約変更をして、通話料金を気にせず使用したところ、使いたい放題契約の適用は翌月からとわかった。高額な通信料を払いたくない。 (11)ネット広告で見た業者に、本場アメリカのネイルスクールへの入学とホームステイの手配をしてもらった。現地に行ったところ、日本人ばかりのネイルスクールで日本人講師が授業を行い、ホームステイはスクールの代表の自宅のリビングをカーテンで仕切って、日本人の女性数人で住むものだった。日本でスクールに通うのと何も変わらず高額な代金を返金してほしい。	(10)(11)とも、利益事実が告知され、それに伴う不利益事実が告知されていなかったと推定されるが、それが故意によるものだという立証は事実上非常に困難であって使えない。そのため消費者相談の現場ではこの条項はまったく使っていない。
D		不実告知と同様。

B-1 関係機関ヒアリング

④不退去(4条3項1号)

	具体例	問題点等
A	<ul style="list-style-type: none"> ・電話口で怒鳴られたりする事例(住所を知られているため恐怖で断れないなど)、職場への電話勧誘(周りの目を気にして断れないなど) ・デート商法や職場の上司による勧誘など 	<ul style="list-style-type: none"> ・電話勧誘による困惑事案が不退去・監禁に該当しないため適用されないことが問題。 ・人間関係を利用した勧誘も、精神的に相手が断れないようにしている点で、困惑類型に近いが、不退去・監禁に該当せず、消費者契約法の対象外となってしまう。
D	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問販売の事案はまだ多い。 ・恋人商法(宝石や着物など) 	<ul style="list-style-type: none"> ・あらかじめ訪問を拒否していた消費者を訪問した場合についても、不退去の場合と困惑の程度に差がないと考えられるため、取消しを認めるべきである。 ・恋人商法への対応として、いわゆる「状況の濫用」(例えば、日弁連「消費者契約法の実体法改正に関する意見書」(平成18年)の意見書にある「当該消費者の知識の不足、加齢・疾病・恋愛感情・急迫状態等による判断力の不足を知り、または、知りうるため信義則上勧誘を行うべきでないにもかかわらず勧誘を行うこと」といった事由)を取消事由とすることが望ましい。
G	<p>中古車の無料出張査定を依頼したところ、買取業者が数時間も勧誘を続けてなかなか帰らないので、他社の査定も確認したかったが、仕方なく契約した。勧誘を受けている間、帰って欲しいと明確には言わなかった。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・現行法4条3項は、困惑による取消し類型を不退去と退去妨害に限定しているが、消費者の困惑による意思表示をもたらす事業者の不適切な勧誘行為は、不退去と退去妨害に止まるものではない。 ・そこで、長時間の勧誘など、当該消費者の私生活又は業務の平穩を害する勧誘行為によってなされた契約を取り消しうるものとすべきである。

⑤退去妨害(4条3項2号)

	具体例	問題点等
A	不退去と同様	不退去と同様
B	大学生をターゲットにアンケートを実施し、その後事務所に呼び出した上で英会話学校の勧誘を行い、学生が「一度、帰って考えたい」、「親と相談したい」と言っても、「大人なんだから、この場で決められる」などと言って退去を妨害し、数時間から10時間以上の勧誘を行っていた。	立証が成功した例だが、個々の消費者がこのような手法による立証を行うのは事実上困難である。
C	(12)勤務先に投資用マンションの勧誘電話が執拗にあつて、周囲の目が気になるほどになったので、はっきり断るために勤務先近くの喫茶店で会った。断っているのに長く話をされ、とうとう深夜になった。何とか断って帰ろうとしたら、「こんなに長時間説明させて断るのか。それが社会人のすることか。土下座して謝れ」と怒鳴られた。どうしようもなくなり、契約すると言ってしまった。 (13)学生だが、サークルの先輩がネットワークビジネスの売上げ上位者で、仲間がみんな入っていたため、ファミレスで囲まれて勧誘されとても断れなかった。いやいやながら契約をして、その後も一緒に旅行に行ったりして必要のない化粧品を大量に買い、支払い困難となった。	(12)心理的にも事実上も退去妨害に他ならないのに、事業者が、喫茶店やファミリーレストランなどでは退去可能であるとして退去妨害を認めない事例が多い。 (13)のように威迫・困惑乃至断れない状況を作出して契約させる事例も多く、状況の濫用についての規定が必要である。

B-1 関係機関ヒアリング

3 取消権の行使期間(7条)

	具体例	問題点等
A	威迫困惑類型(消費者が恐怖心を感じているため、6ヶ月以内の請求が期待できない場合がある。)、長期間にわたる次々売買、未成年者	6ヶ月、5年では短い事例が多い。
C	(13)数年前に、性格を変えられる、就職活動に役立つ、人脈が作れるなどの勧誘を受け自己啓発講座を受講した。しかし受講により精神的に傷つき、うつ病となった。最近になって少し回復してきた。自己啓発講座の契約を取消して返金してほしい。 (14)職場への電話勧誘で、どうしても契約する必要があると言われて、数年間に亘り次々と教材や講座の契約を繰り返してきた。最近、これらの契約をする必要がなかったと気がついた。返金してほしい。 (15)数年前に、脅迫的な勧誘を受けたため、恐くてどこにも相談できなかったが、友人が同じようなケースで弁護士に相談して返金してもらったと分かった。私も取り戻せるだろうか。	(13)(14)(15)困惑から解放されたり、真実でないことに気が付いても、どこに相談してよいかわからないまま時間が経過する、事業者申し入れても拒否されてあきらめてしまう、心理的な圧迫から困惑から開放されないなどがあり、6ヶ月は短すぎる。また、事業者の問題が社会的に取り上げられて初めて、自分の被害に気が付く場合もあり、5年経過しての相談もたびたびある。
G	定期預金をするつもりで銀行に行き、そのつもりでお金を預けたところ、実際は、保険を勧められて契約しており、1年後に保険会社から送られてきた通知でそのことが分かった。	・取消の原因となっていた状況が消滅した時から6か月以内に取消権を行使することは一般的に期待できないうえ、躊躇したり、交渉するうちに6か月が経過してしまうことも多い。 ・そこで、取消権を実効あらしめるべく、時効期間を可能な限り延長すべきである。
H	ガス配管工事を無償で行うとの勧誘をしていた業者と、プロパンガス供給契約を締結した。20年近く利用したあと、消費者が解約を申し出た途端、「覚書」「借用書」たる書面を根拠に、ガス配管工事は有償だ、工事代金は貸し付けていただけだといって、ガス配管工事代金の支払を求める裁判を起こされた。	・プロパンガス供給契約を締結した当時、消費者は、解約時に工事代金や設備代金を払わなければならないとの認識をもっていない。 ・現行法では、契約締結から5年の除斥期間があり、本件では、これにあたるため、取消権の行使ができないという問題がある。除斥期間は20年とすべきである。

4 不当な条項

①事業者の損害賠償責任を免除する条項(8条1項)

	具体例	問題点等
C	(16)スポーツクラブの会則に「次の各号に該当するとき、会社は、施設の全部または一部の閉鎖、もしくは休業をすることができます。あらかじめ予定されている場合は、原則として1カ月前までに会員に対してその旨を告知します。但しこれにより会員の会費支払い義務が軽減されたり免除されたりすることはありません」との条項があり、その2号に「施設の増改築、修繕または点検によりやむを得ないとき」の規定があった。	(16)①差止を請求(裁判外)したところ、相手方は、条項本文に「この場合、当該閉鎖や休業の原因、理由、期間などにより、法令の定めまたは会社が認める場合を除き、会員の会費支払義務が減免されたり免除されることはありません」との部分を追記した。 ②3条1項で記したように、これでは消費者から見て理解しやすいとは評価できず、さらに改正の必要があると要請したが、相手方は次回の検討を約束したことにより終了せざるを得なかった。
H	書籍の通信販売において(インターネット販売)、事業者が配送業者に書籍を引き渡した以降の事故について免責されるとの条項がある。	種類物の危険負担については、債務者が特定し、引き渡し得る状況にすれば、債権者が負担することになると思われるが、消費者契約の場合、消費者の支配領域内に到達するまで、債務者主義とすべきではないか。

②消費者が支払う違約金等の額を過大に設定する条項(9条1号)

	具体例	問題点等
A	<ul style="list-style-type: none"> キャンセル料条項における平均的損害が問題となる事案には、結婚式場利用契約やドレスレンタル契約など悪質商法ではない事例もある。 留学に関する契約で、出発よりかなり早い時期に契約し、契約締結日を起算とした解約手数料が発生する事例がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 平均的損害の立証責任を事業者側に転換することが望ましい。 事業者に違約金の算出根拠資料の提出を義務付けることが望ましい。 中途解約の場合など既に使用した部分の評価が難しい事例があり、消費者側から主張立証することは困難である。
B	<ul style="list-style-type: none"> ブライダル貸衣装の契約で、契約日から挙式日30日前までのキャンセル料が、一律で契約金額の30%となっているが、契約直後から損害が発生しているとは考え難い。 賃貸住宅契約で、「契約終了後、直ちに明け渡しを完了しない場合は、明け渡しまでの間、賃料の2倍に相当する損害金を支払わなければならない」との条項があるが、事業者にとって賃料の2倍の損害が発生するとは考え難い。 	<ul style="list-style-type: none"> 平均的損害に関する立証責任が消費者にあるとされているため、事業者が資料開示を拒否した場合、立証が困難となり、事業者に資料開示拒否のインセンティブを与えている。 H19学納金最判以降、権利の実態に乏しいにもかかわらず、「権利設定の対価」と契約書に書いて一時金を徴収する例がある。
C	<p>「1 消費者契約の内容の情報提供(3条1項)」の事例(2)(3)も該当する。</p> <p>(17)結婚式場の下見に行ったら、とりあえず日程を決めてほしいと言われ、日程だけ決め契約書に署名し10万円を支払った。翌日キャンセルを連絡したら、キャンセルはできるが、規約により申込金は返金できないと言われた。</p> <p>(18)夫の浮気の調査を調査会社に頼んだが、料金が高額なので、その日に思いなおしてやめると連絡したが、調査開始後なので全額支払うようにと言われた。まだ何もしていないはずなのに納得できない。</p>	<p>(2)においては、相手方から、実費は取るが平均的損害を超えないものとする趣旨との回答を受け、当方から、手術類型と期間における平均的損害を事前に消費者に明瞭平易に示すように指摘した。</p> <p>・しかし相手方から「個々の手術により多種多様であり平均的損害について、予め明示することは不可能であって、手術予約の段階では実費相当額と表現するしかない」と回答されている。</p> <p>・これでは、キャンセル料が過大であることにより不当性を指摘すると、キャンセル料が平均的損害を超えない実費相当額と是正されることになり、明らかに明瞭性を欠き消費者の利益を侵害しているものになる。しかしながら現状では、法的に許容せざるを得ない。平均的損害概念は事実上、事業者の隠れ蓑になっている。</p> <p>(3)においても同様。</p> <p>(17)相手方の規約では「①結婚式及び披露宴申込金10万円については、申込後のキャンセルの際は返金しない。②キャンセル料については、申込から90日以前までは申込金10万円＋実費、3日前から前日まではサービス料を除く最新見積額の100%、見積金額が未定の場合は料理単価12600円の計算で予定人数換算とする」と規定されていた。</p> <p>・①については10条違反として差止請求し(裁判外)、②については9条1号違反として差止請求した。</p> <p>・相手方は①については「キャンセル料が発生する場合にはその一部に充当し、キャンセル料を超過した分については返金し、発生しない場合には全額返金する」とした。②については、「270～91日前は、実費＋(サービス料を除く最新見積書の金額－実費)×5%(但し上限を10万円とし申込金10万円を充当する)、3～前日は、実費＋(サービス料を除く最新見積書の金額－実費)×90%とし、見積額未定の場合の規定は削除」とした。</p> <p>・これも(2)と同様の問題点がある。ちなみに結婚式場の事例は多数ある。</p> <p>(18)相手方の契約書には「契約当事者は調査終了までの間、いつでも契約を解除することができます。ただし甲は違約金の支払い義務を負います。</p> <p>①調査着手前であれば、調査料金の20% ②調査着手後(調査の企画準備・事前調査などを行った以降)であれば調査料金の100%」との規約があった。</p> <p>・9条1号及び10条によって無効として差止請求した。</p> <p>・相手方は「前項による解除がなされた場合、甲は乙に対し、乙の処理の程度に応じて、調査料金を支払うものとします。ただしその解除が乙の責めに帰すべき事由に基づく場合にはこの限りではありません」とした。</p> <p>・これも(2)と同様の問題点がある。</p>
D	携帯電話、光ファイバー、学習塾等の習い事、パーティー開催契約、結婚式場利用契約などが多い。	<ul style="list-style-type: none"> どこまでが損害にふくまれるのかはつきりしない。事業者側からは一般管理費が主張されることもあるが、通常は入らないのではないか。 証拠等を保有している事業者側が立証責任を負うことが望ましい。また、もともとの損害賠償の損害の立証責任は事業者にあることからしても、事業者側が立証すべきである。
G	結婚式場業者。1年以上前でも10万円、90日前30万円、60日前80万円などのキャンセル料規定が9条1号により無効と思われる、異論があれば損害内容を明らかにされたい旨の申し入れを行ったところ、9条1号に照らしても適正なキャンセル料と考えるが、仕入内容等は企業秘密なので開示しないとの回答があった。	損害内容については、消費者(団体)側で把握することが困難である。そのため、このような回答拒否業者に対して差止め訴訟を提起しても訴訟追行が可能か否かの判断が困難である。よって、事業者側に立証責任を負わせるべきである。また、平均的損害についての考え方を明確にすべきである。

B-1 関係機関ヒアリング

<p>H</p>	<p>・葬祭互助会に入った。転居のため解約を申し入れたが、応じないし、前払い式特定取引ではないから積み立てたお金を一切返さないと言われた。(事例1)</p> <p>・ガス配管工事を無償で行うとの勧誘をしていた業者と、プロパンガス供給契約を締結した。20年近く利用したあと、消費者が解約を申し出た途端、「覚書」「借用書」たる書面を根拠に、ガス配管工事は有償だ、工事代金は貸し付けていただけだといって、ガス配管工事代金の支払を求める裁判を起こされた。(事例2)</p> <p>・不当に高額な結婚披露宴のキャンセル料条項につき適格消費者団体として9条1号に該当して無効であることを理由に当該条項の使用の差止をを求める申入れを行ったが、相手方事業者が応じようとしな。 (事例3)</p> <p>・専門学校が、入学辞退者に対して納付された授業料を返金しない旨の条項を用いているので、適格消費者団体として9条1号に該当して無効であることを理由に当該条項の使用の差止めを求めたが、相手方専門学校が応じないため、差止め請求訴訟を提起するに至った。(事例4)</p>	<p>①事例1</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本件契約は、原則1回払いであるが、分割払いも認めており、前払い式特定取引にあたる。 ・葬儀費用の前払的性質がある積立金を一切返還しないことは、実質的に同額の違約金を定めるのと同様である。現行9条1項は、「違約金又は損害賠償の予定」と限定を付けているが、単に代金を一切返還しない規定を直裁に規定していないので、不当条項を広く定めるべきである。 <p>②事例2</p> <ul style="list-style-type: none"> ・少なくとも、有効部分と無効部分が不可分な条項である場合には、一部無効ではなく、全部無効となる旨規定すべきである。 <p>理由:「覚書」には「貴店からガスの購入を中止する場合には、物品の代金、工事代金は異議なく何時でも現金により全額返済します」と規定されている。通達やLPガス販売指針は、ガス配管工事代金について、長くても10年の償却年数を考慮した合理的な額の違約金を請求できるとしているため、契約締結から解約まで10年を超えない消費者との間では、上記条項は償却年数を考慮した合理的な部分につき、一部有効となりうる。しかしながら、上記条項の定め方では、例えば3年で解約した場合に業者の請求額が合理的な額であるかどうかを消費者では判断できないため、上記条項を一部有効だからということで使用できることとなれば、消費者の利益が不当に害される可能性がある。なお、現在では、ほとんどの業者が、1年後解約の場合は違約金いくら、2年後の場合はいくらと具体的に規定するか、計算式を記載するなどしている。</p> <p>③事例3、事例4</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現行法9条1号は「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」と定めているため、単に同種の消費者契約において生ずべき平均的な損害の額ではなく、「当該事業者」を基準としている。しかしながら、平均的な損害の額の立証責任が消費者側にあるとされると、消費者として、まさに「当該事業者」に生ずべき平均的な損害の額を立証することは、証拠収集手段が限定されている現在の民事訴訟制度においては、事実上極めて困難である。 ・証拠はもっぱら事業者側に存することに鑑み、端的に、平均的な損害額の主張立証責任は事業者にあることとすべきである。 ・また、仮に立証責任は消費者側にあるものとする場合には、「当該事業者」ではなく、「同種の消費者契約につき同種事業者が生ずべき平均的な損害の額」を超える場合は無効とするか、「同種事業者が生ずべき平均的な損害の額」を「当該事業者が生ずべき平均的な損害」と推定する規定を設けるべきである。
----------	--	--

③年14.6%を超える遅延損害金を定める条項(9条2号)

	具体例	問題点等
E	電力会社は、料金の支払について、メーター検針日の翌日から20日目を「早取期限」とし、同じく50日目を「支払期限」としている。同社の電気供給約款は、早取期限までに支払わなかった場合は、遅取料金(早取料金に3%を加算した額)を適用すると定めている。例えば、電気料金1万円を早取期限の翌日に支払った場合でも3%の300円が加算される。年利に換算すると14.6%を超えるので、加算額を年利14.6%以内に収めるように申し入れた。	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者は、20日目の早取期限に遅れたため3%を加算しているが、これは50日目の支払期限に遅れたことにより加算する制度ではないので、消費者契約法に定める「遅延損害金」に該当しないので、適法であると回答してきた。 ・消費者契約法9条2号の「遅延損害金」の範囲について、用語を使い分けたら脱法できるという解釈を生むのは妥当ではないので、同号の条文を「いかなる名目であっても遅延損害金に類するもの」と規定をし直せば、消費者契約法の適用が明確になると思われる。

④消費者の利益を一方向的に害する条項(10条)

	具体例	問題点等
B		不当条項リストが少なすぎるために、法10条にならざるを得ない場合が多いが、10条はその性質上、無効か否かの判断が明確ではなく(それ自体を批判するものではありません)、事業者による任意の約款改訂等が期待しにくい面がある。
C	「②消費者が支払う違約金等の額を過大に設定する条項(9条1号)」の事例(17)(18)も該当する。 (19)有料老人ホームに入居後に他の住人とトラブルがあり、7か月後に退去したら、支払った入居一時金(夫婦合わせて約3500万円)の30%を初期償却金としてまず控除され、それから7か月分の家賃を引かれて返金されるという。確かに規約に書かれているが初期償却金が高すぎる。	(19)相手方の規約には「契約が解除された場合は入居一時金から初期償却(非返還対象分)を差引いて返還する。初期償却は通常価格では15%であり、年齢割引プランでは30%と設定している」となっていた。 ・その他の不当条項を含め差止請求(裁判外)を行った。 ・相手方から「通常価格では初期償却を行わない。年齢割引価格の場合は5%と設定する」と回答があった。 ・入居一時金から初期償却(非返還対象分)を差引いて返還することは、相手方以外にも広く有料老人ホーム業界に行われている慣行であり、業界団体も所管庁も認知していた。 ・有料老人ホームのサービスの法的性格から言っても、入居一時金は建物賃貸借の賃料の前払いであり、初期償却(非返還対象分)を差引いて返還することは合理性がなく、消費者の権利を著しく阻害し義務を加重するものと指摘した。なおその後、老人福祉法が改正され(施行24年4月1日)、前払い金から権利金その他金品を受領することができなくなったと解される。 ・10条においては、包括規定であるためもあるが、条文が消費者の理解を越えて難解であり、「内容が理解できない」との多数の声がある。消費者契約法は消費者に理解されなければ意味がない。平易簡明な分かりやすい条文にするべきである。
D	敷金、保証金に関する条項	・10条前段の「民法、商法(中略)規定の適用になる場合に比し」という部分は、平成23年7月15日で実務上解決しているが、意味のない要件なので削除した方がよいと思われる。 ・約款など事業者が一方向的に決めている条項については、交渉の余地はなく、消費者に不利益な条項の場合は、その合理性について事業者側に立証責任を負うことが望ましい。または、不当条項リストの充実や、民法規範と乖離した場合に、不当性を推定する規定を設けるなどして、裁判所の判断を一定程度拘束することが望ましい。 ・債権法改正における中間的な論点整理で示されている「賃貸人が事業者であり賃借人が消費者である賃貸借においては、終了時の賃借人の原状回復義務に通常損耗の回復が含まれる旨の特約の効力は認められないとすること(45、7、62、2)」という考え方を取り入れることも考えられる。
E	・カード会社が、顧客に対し、「会員規約改定」を送付し、ショッピングのリボルビング払いの手数料率を平成〇年〇月〇日付けで改定し、現行の実質年率9.6%から年率14.4%にまで引き上げる旨を告知した。基準日後に新たに利用した立替金のみならず、基準日前に利用した立替金残金についても基準日後は引き上げ後の年率を適用するというものであった。カード会社によれば、顧客が、カードを利用し、あるいは退会の申出をしないことをもって変更事項が承諾されたものとみなすとのことであった。少なくとも基準日以前の利用部分については従来の利率を適用すべきであるとともに、顧客の個別具体的な承諾がない限り変更は許されないと申し入れた。(事例1) ・電力会社は、料金の支払について、メーター検針日の翌日から20日目を「早收期限」とし、同じく50日目を「支払期限」としている。同社の電気供給約款は、早收期限までに支払わなかった場合は、遅收料金(早收料金に3%を加算した額)を適用すると定めている。例えば、電気料金1万円を早收期限の翌日に支払った場合でも3%の300円が加算される。年利に換算すると14.6%を超えるので、加算額を年利14.6%以内に収めるように申し入れた。(事例2)	①事例1 ・規約には「当社は、金融情勢の変化等により、本規約及びその他の諸契約に基づくカード利用にかかる手数料率及び利率を変更することがあります。この場合…手数料率・利率は、利用残高の全額に対して適用いたします」という一方的変更条項が存する。あらゆる一方的変更条項であることが不当条項となるわけではないが、利率という重要な契約条件の不利益変更については不当条項となるのではないかと、しかし現行消費法10条からは直ちに導かれない。 ・規約には「本規約を変更する場合は、当社は会員に変更事項を通知もしくは告知…いたします。なお、当社が変更内容を通知もしくは告知した後、会員がカードを使用した場合、又は退会の申出がなかった場合は、変更事項が承認されたものとします」という承諾擬制条項が存する。しかし、契約条項の変更が個々の顧客に分かりやすく告知されていない場合や変更に応じないという選択肢を簡易に選ぶことができない場合にまで意思表示を擬制することができるのか疑問である。また、カードを継続利用するという行為をもって承諾の意思表示があったとすることも擬制に過ぎる。意思表示は契約の拘束力の根幹に関わることから、その擬制条項は不当条項該当性が疑わしいが、現行消費者契約法10条では必ずしも明らかではない。 ②事例2 ・事業者は、上記9条2号の「問題点」記載のとおり回答してきたが、あわせて、消費者がメーター検針日から20日目までに電気料金を支払った場合は「早收料金」を選択したものとみなし、消費者がメーター検針日から21日目以降に電気料金を支払った場合は「遅收料金」を選択したものとみなす、と回答している。 このように、「電気料金の支払時期という事実行為をもって、消費者がどちらの料金を選択するかの意思表示をしたと擬制する」というやり方は、消費者契約法10条に該当する1類型であると考えられるが、現行消費者契約法10条では、明文がないため、必ずしも明らかでない。

B-1 関係機関ヒアリング

<p>F</p>	<p>賃貸借契約で、敷引特約(敷引は賃料ではない)が民法601条に比し、云々、として、当該条項の無効を主張した。しかし、民法601条は典型契約の冒頭規定だから、これを10条の対象にすると、非典型契約が認められなくなってしまう。契約法は、合意さえあれば非典型契約も認められるはずです等と言われ、敷金を返還してくれない。納得できず、敷金返還を求める。</p>	<p>消費法10条は、「民法、商法その他の法律の公の秩序に関しない規定に比し」という限定が付いている。いわゆる任意規定を対象とするといわれているが、この文言があると、左のように、冒頭規定を対象とする場合、非典型契約の全てを否定することとなり、非典型契約を認めている趣旨が損なわれるという反論が予想され、消費者保護に悖る可能性がある。理由 元々、この文言の解釈には、制限的な見解と無制限的な見解があるが、左のような反論は、制限的見解の根本理由の一つと考えられる。しかし、このように硬直的に考えると、1条の趣旨が生かされない。1条の趣旨を生かすには、柔軟な解釈運用の下で、その趣旨を十分に生かすべきではないか。そのためには、当該文言部分を削除し、10条の対象を無制限的に捉えて、信義側の規範一本で1条の趣旨を解釈すべきではないか。</p>
<p>G</p>	<p>賃貸借契約において借主が退去時に消臭殺菌料や清掃代を支払う条項など、本条に基づいて使用中止を申し入れる際に、それに関する「民法、商法その他の法律の公の秩序に関しない規定」の存在がはっきりしないケースがある。</p>	<p>・現行法10条の前段部分、すなわち、「民法、商法その他の法律の公の秩序に関しない規定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場合」という部分は削除すべきである。 ・「民法第1条第2項の定める基本原則」という文言を「信義誠実の原則」という文言に変更するとし、「消費者の利益を一方的に害する」という文言を「消費者の利益を不当に害する」という文言に変更すべきである。</p>
<p>H</p>	<p>・葬祭互助会に入った。転居のため解約を申し入れたが、応じないし、前払い式特定取引ではないから積み立てたお金を一切返さないと言われた。(事例1) ・ガス配管工事は無償だといわれた業者と、プロパンガス供給契約を締結した。20年近く利用したあと、解約を申し出た途端、ガス配管工事は有償だ、工事代金は貸し付けていただけだといって、ガス配管工事代金の支払を求める裁判を起こされた。(事例2)</p>	<p>①事例1 ・本件契約は、原則1回払いであるが、分割払いも認めており、前払い式特定取引にあたる。 ・積立金は、葬儀費用の前払的性質があり、請負や準委任に比べて、消費者の利益を害しているといえる。 ②事例2 ・「覚書」の「貴店からガスの購入を中止する場合には、物品の代金、工事代金は異議なく何時でも現金により全額返済します」との規定は、10年を超える長期間にわたるガス供給契約解約時における違約金を定めている点で、減価償却等を考慮した通達、販売指針などの一般的な法理に比し、消費者の義務を加重する条項となっている。 ・上記規定は、解約事由を問わず一律に支払義務を定めている点、工事代金支払いに関する説明等は一切無く、ガス料金を値引きすることのみ強調して勧誘していた点等に鑑みると、信義則に反して消費者の利益を一方的に害する規定となっている。</p>

第2 現行の消費者契約法に定められていないもの

①消費者契約に係る広告等に関する規制

	具体例	問題点等
A	<p>・情報商材・共同購入クーポンなどインターネット取引に関する事例は多い。</p> <p>・留学はほとんどの場合、事業者のHPの情報で留学を決意することが多く、広告上の不実表示を信じて契約をすることも多い。(A学校に行けば、豪州の看護士資格が取れる。フロリダのホテルでインターンシップをすれば月10万円稼げる等)</p>	<p>・インターネット上の表示については、「勧誘」ではないため、現状の消費者契約法では不実告知と言いがたい。表示についても対象としてほしい。</p> <p>・店舗で締結する契約でも、事業者のHP上の表示に誘引されて店舗を訪れている事例が多い。</p>
B	<p>携帯電話ゲームのテレビCMにおいて、「無料」との音声流れていたが、実際には金銭の支払の発生するゲームが相当数あり、消費者に誤解を与えていた。</p>	<p>・広告が頻繁に変化するために、これをフォローするのは容易ではない。過去の行為についての勧告権限(消費者庁の排除命令等と同種のもの)を認めるべきである。</p> <p>・資料提出権限がないため、虚偽性の立証が容易でなく、取り上げることが断念する事例が多い。</p>
C	<p>(20)SNSをきっかけに友人になった。そこからネットワークビジネスを儲かるからと勧められ、購入したが儲からない。</p> <p>(21)折込チラシや雑誌広告を見て健康食品や化粧品の効能効果を信じて購入したが、全く効果がなかった。</p>	<p>(20)(21)同様の事例が多数あるが、ネット広告やチラシ、冊子広告などは勧誘ではないとされているため、法適用は困難である。なお特商法の通信販売取引の規制は表示義務とされている。主務大臣は合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができるが、現場では困難である。広告と勧誘の区別をなくすべきではないか。</p>
H	<p>挙式＋披露宴が168,000円でできるとの広告をみて、申し込んだ。会場をみて、嫌になり、解約を申し出たら、高額な解約金を請求された。</p>	<p>・事業者のHPには、従来の挙式＋披露宴の平均的な代金額が掲載され、それと比較して安価に行えるとの広告があった。</p> <p>・しかし、事業者が提供する会場(広さや間取り)、食事(メニュー数や品数、食材が高級であるかどうかといった点)について、消費者が事前に情報を得られるようにはなっておらず、誇大広告である疑いが高いと思われた。</p> <p>・広告に合理的根拠を要求したり、広く情報提供義務を課すべきである。</p>

②消費者性・事業者性の明確化区分について(消費者契約性)

	具体例	問題点等
A	<p>・消費者概念がハードルとなって消費者契約法による解決ができない事案がある。例：ドロップシッピングや、フランチャイズ・代理店、連鎖販売など。</p> <p>・労働契約として適用除外とされる事案がある。例：モデル・タレント契約</p>	
C	<p>「21不実告知(4条1項1号)」の事例(5)(6)も該当する。</p> <p>(22)-1 盗聴器を探して取り外すサービスのフランチャイズ契約をした。大手引越業者を連携しているため、仕事はたくさんあり、月30万円以上の収入になると説明された。必要な機器を100万円で購入し、業者認定の資格を取得し、毎月1万円のロイヤリティを払っている。契約後半年経過しても全く仕事がない。返金してほしい。</p> <p>(22)-2 定年退職後の仕事として、無認可保育園の経営のフランチャイズ契約を結んだ。業者は、保育園の施設の賃貸契約、保育士の募集、園児の募集、経営指導等をしてくれるという。そのための費用として250万円を払った。しかし、施設の広さと募集する園児の数のバランスから、狭すぎるなど話が違うので、解約したい。</p> <p>(23)「雑誌モデルの仕事はしませんか」と路上で声をかけられ、写真を撮られた。その後電話があり、「社長が気に入った」といっている。ぜひうちに来てもらいたい。プロフィール作成が必要で、費用が89000円かかる」と言われた。お金がかかるのは不安だったが、再度出向いた時、「月収10万円以上確定。すぐに元が取れる」と言われたため契約をし、現金で支払った。ところが、実際には仕事が紹介されないで返金してほしい。申込書にはクーリング・オフに関する記載はない。</p> <p>(24)ネットでアルバイトを探したところ、モデルの求人募集があった。応募したら面接に呼ばれ合格となったが、「仕事をするためにはレッスンを受けたほうがよい。レッスン費用は40万円だがあなたは20万円にする。レッスンを受けている間にも仕事があるのですぐに元が取れる」と言われた。一度帰って考えたが、すぐに元が取れるのであればと思い、モデル所属契約とレッスン受講契約をした。仕事の紹介はなく収入がない。返金してほしい。</p>	<p>個人が報酬を得る目的の契約、または零細個人企業に類する場合の契約に関する紛争では、消費者契約法の適用対象外になるが、法の本来の趣旨から言えば、相手方との交渉力等の格差は厳然としてあり、単純な個人対事業者の契約となら変わるところがない。零細事業者までも包含する立法とするべきである。</p>
G	<p>・一時的な転勤等の際に個人が自宅を賃貸する場合に、不動産業者が仲介の上、当該業者作成の契約書を使用する場合でも、契約当事者が上記個人と消費者となる。このことから、上記個人に事業者性が認められない場合には、当該賃貸借契約が消費者契約にあたらぬと解される恐れがある。</p> <p>・個人事業主など実態は消費者と変わらない零細事業者に対し、「電話料金が安くなる」などと言って、実際には不必要で高額な電話機(電話機複数台のビジネスホン)や複合機をリース契約させる。契約の解消を求めると、相手方は「事業者契約であるから、消費者契約法や特商法の適用はない」と主張する。</p>	<p>・法形式上、契約当事者として個人たる賃貸人しか登場しない場合であっても、消費者たる賃借人に比して構造的に情報・交渉力の面において優位に立つ不動産業者が契約書を作成し、これを利用する際には、事業者たる不動産業者と消費者たる賃借人との間の契約におけるのと変わらない情報・交渉力の格差が認められる。したがって、このような場合にも、消費者契約性が認められるべきことを明確化すべきである。</p> <p>・現行法2条は、「消費者」とは、個人(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。)をいうとし(1項)、「事業者」とは、法人その他の団体及び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個人をいうとしている(2項)。これでは、事業のために、事業に直接関連しない目的で契約した場合でも、消費者にあたらぬとされる可能性がある。しかし、個人事業者であっても当該事業と直接に関連しない契約であれば、相手方事業者との間の情報・交渉力の格差があり、消費者として保護すべきである。</p> <p>・そこで、「事業者」とは、法人その他の団体及び事業に直接関連する目的で取引する個人をいうとすべきである。</p>
H		<p>個人零細事業者などを狙った電話機リース、ホームページリースが横行しているが、現行法の定義では、事業者とされまい特商法は使えても、消費者契約法は使えないという状況がある。情報力・交渉力格差の点をみれば、零細事業者も、営業の部類に属する取引以外は、消費者と異ならない。定義として、事業に直接関連する取引をするために契約の当事者になるのか否かという基準の方が妥当ではないか。</p>

B-1 関係機関ヒアリング

③適合性原則に関する規制

	具体例	問題点等
A	<p>・未成年者に学生ローンの借り方を指南した上で取引させる手口(適合性を疑われないように、Wスクール費用、バイク購入費用、旅行費用などと説明するよう指南する場合もある。)</p> <p>・大学サークルの合宿など1年前に予約をさせて高額解約手数料(数十万円)が発生する事例(契約担当の学生1人が負担を負う場合もある。)</p>	<p>・特商法には規定があり、消費者契約法にも導入して欲しい。</p> <p>・高齢者に対する次々販売の事例(例:皇室写真集、絵画・俳句の褒め上げ詐欺)が増えているが、そもそも契約をいつどこで締結したか等の記憶がはっきりしておらず、金額が積み重なり高額になってから家族など回りの人間が気づくという場合などもある。</p> <p>・高齢者といえない年齢でも判断力に問題がある事例がある。</p>
B	<p>ケーブルテレビ事業者が、専門用語等の理解が不十分である消費者に対し、「デジタル放送になると今のテレビが見られなくなる」と言ったり、総務省の関連事業であるかのように説明を行って、ケーブルテレビへの加入勧誘活動を行っていた。</p>	<p>直接規制する規定が存在しない。</p>
C	<p>(25)66歳の無職の女性。身体に障害がありホームヘルパーに頼る生活をしている。過去に電話勧誘でオプション取引をしてしまった。その被害を回復してあげると電話がかかり、700万円の詐欺被害にあった。さらにそれを取り戻してあげると訪問した調査会社と50万円の契約をした。</p>	<p>(25)と同様に、高齢者、若者、障害者などに対する販売が行われ、紛争が非常に多数生じている。知識、経験、資産、職業などの適合性原則を消費者契約法に導入すれば、消費者被害の未然防止・拡大防止に有益であり立法を望む。</p>
D	<p>・金融商品に関するトラブル</p> <p>・高価な品物(着物・補正下着)などを次々に売付けるといふ事案</p>	<p>左記のようなトラブルを踏まえると、何らかの規制が必要になるのではないかと。</p>
G	<p>前項のような電話機リースや住宅リフォームなど、必要性が乏しく高額な契約を締結させる例が後を絶たない。</p>	<p>適合性の原則を規定し、消費者の知識、経験、理解力、必要性、財産の状況に照らして不適当な消費者契約は無効とすべきである。</p>
H	<p>廃業寸前だった個人事業者に、必要ない過大な機能がついたビジネスフォンが、必要だと誤信させられたリース契約させられた。</p>	<p>印刷業や印鑑篆刻業で電話を使うとしても、通常の家庭用電話機で十分であり、同時通話機能等の機能のついたビジネスフォンは必要なかった。契約締結の目的に照らして不適合ともいえる類型であるが、そのような場合に取消権があると今後事業者と交渉し易くなると思われる。</p>

④説明義務違反に関する規制

	具体例	問題点等
G	「1 消費者契約の内容の情報提供(3条1項)」を参照。	事業者が情報提供義務に違反してなされた消費者契約は取り消しうるものとすべきである。

⑤不招請勧誘に関する規制

	具体例	問題点等
A	貴金属の買取、車バイクの買取(無料で見積もりした上で強引に買い取る)	消費者契約法にも導入することが望ましい。
B	ケーブルテレビ事業者が、総務省の付託事業であるアナログ放送から地上デジタル放送への切り替え工事(無料)と同時に又はその機会を利用し、ケーブルテレビ加入(有料)の勧誘活動を行っていた。	不招請勧誘行為(例えば特商法3条1項違反)についての差止権限がない。
C	(26)古い着物がなくなると電話がかかり、留守番の母があると返事をしたので、業者が自宅にやって来た。古着ではなく指輪やネックレスがないかと強く言ったので怖くなった母が数点見せたら、全部で1万円で買い取ると言われ領収書にサインさせられた。母は自宅を知られているので何もしたくないと言っているが、買った値段は数十万円もしたもので許せない。全部返してほしい。	<ul style="list-style-type: none"> ・貴金属の押し買いは特定商取引法改正が予定されているが、その中には不招請勧誘規制は導入を予定されていない。下位法令で困難であれば消費者契約法でこそ導入するべきである。 ・消費者相談では高齢者、主婦、知的障害者などが被害に遭うことが非常に多い。適合性原則で保護しようとしても、契約時点で実際に判断不十分であったかの立証は必ずしも容易ではない。一定の客観要件を設けて、不招請勧誘規制を導入することが被害未然防止に大変大きく寄与する。
D		オプトイン型の不招請勧誘ルールを設けることが望ましいが、それが難しければ、オプトアウト型(あらかじめ勧誘を拒否していた場合は勧誘できない)のルールはせめて設けて欲しい。
G	スーダンポンドという外貨の購入(両替)を勧誘され、同時期に別の業者からこれを買取するという話 came たため、スーダンポンドを購入したが、買取りを実行してもらえず、実際のレートは低い上に国内では日本円にすることもできない。	<ul style="list-style-type: none"> ・金融商品取引法38条4号は、金融商品取引契約の締結の勧誘の要請をしていない顧客に対し、訪問し又は電話をかけて勧誘する行為を禁止している。不招請勧誘は定型的に消費者の私生活や業務の平穩を侵害するものであり、消費者が冷静かつ自由な判断をする機会を阻害する勧誘方法であるから、すべての消費者契約について禁止すべきである。 ・さらに、不招請勧誘の禁止に違反してなされた消費者契約は取り消しうるものとすべきである。
H	電話勧誘で未公開会社の社債を購入したが、数日後、業者と連絡が取れなくなった。	高齢者を狙った未公開株・社債詐欺が横行している。業者のトークの巧みさには被害者だけを責める訳にはいかないので、電話勧誘拒否リスト(米国やカナダのdo not call list)の導入を検討すべきである。

B-1 関係機関ヒアリング

⑥その他

	具体例	問題点等
A		<p><クレジット会社の責任></p> <ul style="list-style-type: none"> ・クレジット会社の責任を追及できる場合を明確化することが望ましい。 ・消費者契約法5条の「媒介者」とする理論もあるが、確立されていない。 ・マンスリークリア方式の場合、割賦販売法も適用されない。 <p><その他></p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外企業が日本語でホームページを作成している場合は、管轄裁判所が海外とされていることがある。また、ホームページを見ても海外の会社かどうか分からないという苦情もある。 ・電話での取引などでは、契約が締結されたかどうか分からないという相談は多い。 ・エステと医療の境界について、エステであれば(特商法上の)特定継続的役務とされるのに対し、医療だとその適用がないとされるところ、その境界が問題となる事例がある。
B	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者金融業者の貸付金の返済期日前に貸付金額の全部を返済する場合、期限までの利息のほかに残元金に対する3%の「違約金」を負担させるという早期完済違約金の規定を使用しないことなどを求めた11月30日最高裁が被告側の上告に対して不受理決定し09年4月23日京都地裁判決が維持された。 ・賃貸住宅契約、賃貸住宅保証委託契約において、「家賃滞納1ヶ月を超えた段階で鍵を取り替えたり財産を処分できる」という約款を使用することで、事業者による追い出し行為を可能にしている。 ・契約の長期拘束 	<ul style="list-style-type: none"> ・個別法を含む強行法規違反についての差止権限がないために、法10条違反の主張をせざるを得ないが、迂遠かつ非生産的である。 ・追い出し行為等事実行為についての差止権限がない。 ・長期拘束についての直接的な規制がないために、非常識な長期拘束(例 新聞の7年契約)や非合理的な解約制限(携帯電話の2年縛り)が増加している。
D		<ul style="list-style-type: none"> ・法定追認が問題となった裁判例もあるが、消費者が事業者から要求されて一部支払ってしまうことはよくあることなので、法定追認を排除することも検討に値する。 ・信販契約関係の事案については、割賦販売法で解決する余地もあるが、マンスリークリア方式など適用されない場合もあるため、消費者契約法でも対応が必要と考えられる。近年の割賦販売法改正で、個別クレジット契約の取消しが認められたが、そのような方向性が考えられる。
E	<p>郵便切手について、郵便約款の、未使用なのに汚損した場合は無効とするという条項の改善を申し入れたが、郵便事業者は改善を拒否した。</p>	<p>郵便法30条に「汚染し、若しくは損壊された郵便切手(中略)は、これを無効とする」という条文がある。消費者契約法11条によると、消費者契約法よりも郵便法30条が優先する。郵便法は昭和22年に制定された法律である。業法の中には、古色蒼然たる事業者保護規定が残存しているものもあるので、現行消費者契約法11条のように「他の法律の規定がある場合」をすべて適用除外にするのではなく、少なくとも消費者契約法の立法時より以前に立法された他の法律に民事規定があつたとしても、消費者契約法が適用されるようにすべきである。</p>