

第 8 回 消費者契約法の運用状況に関する検討会
(2014 年 9 月 17 日)
「消費者契約法の運用状況に関する検討会 報告書(案)」に関する意見書

「消費者契約法の運用状況に関する検討会 報告書(案)」に関する意見書

パナソニック株式会社
藤猪 純子

本書は、第 8 回検討会の資料 1「消費者契約法の運用状況に関する検討会 報告書(案)」に関して意見をお示しするものである。

I. 本検討会の目的

- 意見 第四段落の「論点の整理」は「論点項目毎の事例整理」が適切ではないか。
- 理由 本検討会では、論点自体の整理は行っておらず、収集事例を論点毎に整理したということが実態であると考えするため。

- 意見 「本検討会において運用状況の把握のために収集したのは、厳密な意味での立法事実ではなく、立法事実の候補となる事実である」は、「本検討会において収集したのは、厳密な意味での立法事実ではなく、消費者契約法の運用状況に係る事実である」が適切ではないか。
- 理由 「立法事実」の意味に関する認識が委員の間でも異なっており、明確な定義の無い中では「立法事実の候補となる」か否かも委員によって見解が異なり得ることから、検討会の意見を適切に表すのは、上記のとおり、「消費者契約法の運用状況に係る事実」の表現であると考えため。

III. 論点項目における関連事例の整理

- 意見 「適宜言及する」の後に「が、これらの意見の割合や多寡が検討会としての一定の方向性を示すものではない。」を追記してはどうか。
- 理由 本書の 2 頁目にも記されている、消費者契約法の改正に向けた具体的な方向性の検討は本検討会に続く本格的な検討の場で行われる旨を、具体的かつ明確にするため。

- 意見 各論点の「(3) 検討会の議論状況」で記載された意見を「賛同」「懸念」に分類することは、適切ではないのではないか。
- 理由 消費者契約法の改正に向けた具体的な方向性の検討は本検討会に続く本格的な検討の場で行われる旨が本書の 2 頁目にも記されており、また各委員の意見について「賛同」「懸念」と明確に区分できないものも多いと考えるため。

第1. 総論

1. 消費者性・事業者性の明確化区分について(消費者契約性)(第2条)

➤ 消費者概念の在り方

(3) 検討会の議論状況

- 修正 ・「~~消費者的事業者への準用規定~~」について、~~実際に~~消費者と変わらない事業者を「消費者」として判断することになると、事業者・相談現場は~~当該個人が実質的に消費者かどうかという判断をしなければなら~~時間・コストがかかり、また判断をする人によって判断結果が異なることも容易に想定され、取引が不安定になる可能性があるため、~~ない一方~~~~で、相談現場においても、そういった判断を要することとなる。やはり~~画一的に消費者概念を定めることが必要である。
- ・事業者の一部を消費者として取り扱うことで、その者と取引する消費者がさらに保護されないといった、かえって消費者保護とは逆行するケースも出てくるのではないか。「消費者」か「事業者」かが契約毎に異なる場合には、規律が明確性を欠き、取引が安定しない。
- ・~~個人事業主の中にも~~「消費者として契約法の保護を受ける者事業者」が規律された場合があるとすると、~~それらの個人事業主と取引する事業者は、事業者間取引であっても、取引の都度、相手方が消費者契約法上の「消費者」か消費者契約法による保護対象か否かの判断しなければならなくなるを迫られる。その判断のための明確な指標があればその指標に従うことになるが、当該事業者が「消費者」に当たるか否かについて明確な指標がない場合~~ければ、当事者としては、例えば規模を基準として一律に判断することが容易に想定されるが、せざるを得ないと思われる。そうなると、事業者の実質を備える者でも取引を拒絶せざるを得ず、中小規模の事業者が事業を行う機会を失う~~ない~~ケースがも発生じ得る。消費者契約法の目的である「国民経済の健全な発展」が阻害されることのないよう、消費者概念の拡張については慎重に検討すべきであるするが、それは取引を拒絶された個人事業主にとっても痛手になるのではないだろうか。
- 追記 ・企業実務では通常「個人であれば消費者に当たる」との前提で相手方が個人か法人かに応じて契約書や約款を使い分けており、申込者や契約締結者の署名欄を見て判断することが多い。契約名は法人であっても実質的には消費者であると後から判断されることになると、取引を安定させるため、事業者は取引前に相手方が実質的な消費者か否かを事前に確認しなければならなくなるが、会社規模等の表に出ている情報だけでは実

態判断しかねるため、相手方に証明してもらうこととなり、取引が煩雑になるのではないか。

- ・契約締結時は事業者の立場であるが、後になって消費者であると主張されると、現在迅速かつ安定的に行われている事業者間取引が阻害される懸念がある。
- ・事業マインドを持つ者の取引は「消費者に自己責任を求めることが適切な場合」であり、消費者契約法で規律するケースではないのではないか。
- ・インターネットが発達したことで、消費者が情報を入手しやすくなる、消費者間が連携しやすくなる等により、消費者が事業者より情報や交渉力を有する(消費者と事業者が逆転する)ケースが増えていることも「情報化」に伴う社会的変化であることには留意する必要がある。
- ・日本企業の大部分が個人事業主・小規模事業主である実態を十分に踏まえ、経済に混乱をもたらさないよう、慎重に検討すべきである。

2. 消費者契約の内容の情報提供(第3条第1項)

➤ 情報提供義務の在り方(法的性質、同義務違反の効果)

(3) 検討会の議論状況

- 修正
- ・「社会通念上一般的な情報」を提供するように要求さと言われても、どのような情報をどのように提供すれば十分かのがそれに当たるかとい
った判断は容易ではない。
 - ・事業者がもっとも恐れているのは消費者とのトラブルは、実際には個別性の高い情報に関するものが多いため、事業者は、トラブルを予防する趣旨であり、トラブルを避けるためには、大量の情報を網羅的に膨大な情報を提供せざるを得なくなり。そうすると、コミュニケーションの形式化、硬直化を招くおそれがある。他方また、消費者にとっても、必要な情報を取捨選択しにくくなるという弊害がある。
 - ・情報提供が義務化されても、コンプライアンス意識の低い事業者は、相談現場での損害賠償や取消しに応じないため、裁判にならなければ解決せず、現行と変わらないのではないか。
 - ・事業者は、判例法理によって、信義則上の説明義務を負う場合があるが、
つていと判断されることもある。それでは足りない場合があるのか。また、情報提供が努力義務であるために消費者が事業者に損害賠償請求できない具体的なケースはあるのか。
 - ・情報提供に関して問題が多い分野がある場合消費者がみずから情報収集することが難しい分野については、業法においてよって消費者にとって重要と考えられるとなる特定の事項を特定しについて、事業者の説明す

ることをが求められていることが考えられる。

- どのような情報を提供すれば個々の消費者への説明を尽くしたと評価されるべきか足りるのか、明確な指標がない。明確な指標がない場合は、情報を幅広く提供するなど保守的な対応を採らざるを得ず、すべてを提供することにつながってしまい、それはかえって消費者にとっても分かりづらくなり不便なのではないかである。
- 事業者企業は、モノ・サービス・販売方法等の性質に応じた法律や基準に基づき、日々自主的に情報提供に努めている。

○追記

- 情報提供義務違反でなく、詐欺や錯誤、あるいは債務不履行や民法上の不法行為などで考えるべき事案も有り得ると想定されるため、民法によらず消費者契約法(情報提供義務)で救済すべきケースの境界線を検討する必要があるのではないか。
- 契約の締結に「通常影響を与える」情報の具体的範囲は不明確である上、行政等が必要と認めている情報を超える可能性があり、予見可能性を欠く。
- 消費者契約の現場では、事業者は消費者のみならず取引先や外注先との関係にも対応する必要があり、「通常影響を与える」という、一義的に明確でない基準を設けられると、対応が困難である。「マニュアルに沿えば十分で、取り消されることはない」というセーフハーバールールもない中で事業者が合理的なマニュアルを作成することは非常に困難であると考ええる。
- 損害賠償義務や契約の取消しという効果は強力で、被害を発生させていない大多数の事業者の経済活動に与える影響が大きく、それに対する配慮も必要である。
- 必要な情報の内容・種類は消費者によって異なり、またそこにどのように対応するかは事業者の特色でもある。全ての消費者契約において提供が義務付けられる情報が明確でなければ、コミュニケーションの硬直化を招くと共に、予見可能性を欠き健全なビジネスの発展を阻害しかねないため、情報提供の義務化は慎重に検討すべきである。
- 消費者は事業者の提供する情報を参考にするものの、情報の質や量に不満があれば消費者契約を締結しない選択が出来る点は留意すべきである。
- 「(2) 関連事例」の①は特殊の領域、②は業法で規律されるべき領域、③は個々の事情に着目したものであり、これらの事例に基づき一般法である消費者契約法において情報提供を義務化することは妥当しないのではないか。

➤ 透明性の原則・解釈準則（条項作成者不利の原則）

(3) 検討会の議論状況

- 追記 ・契約の解釈に際しては事案の特殊性に応じて柔軟な解釈が要求される場面もあると考えられる上、契約条項の解釈に疑義が生じた場合、裁判所で最も合理的な解釈を示すことが適切ではないか。

3. 消費者の努力義務（第3条第2項）

➤ 消費者の努力義務の在り方

(3) 検討会の議論状況

- 追記 ・消費者から質問・相談を受けて初めて事業者が消費者に提供すべき情報が分かることも多いため、消費者が積極的に事業者に情報を取りに行く姿勢は重要である。消費者は、得た情報を適切に判断し、自己の責任と計算において購買の意思決定をすることが求められるのではないか。事業者・消費者双方が協力し合うことが、消費者契約法の目的の達成に繋がると考える。
- ・健全な市場の形成に向けては、消費者が情報収集に努め、適切な情報を提供できる事業者を選択することも重要であると考ええる。
- ・第3条第2項に基づき、消費者教育の必要性が高まっている側面もあるのではないか。

第2. 不当勧誘（誤認）

1. 事業者の行為による誤認（「勧誘」）（第4条第1項、第2項）

➤ 勧誘要件の要否・在り方

(2) 関連事例

- 意見 ・【61】は、パンフレットを説明内容の根拠として使っているもので、パンフレットの記載を勧誘行為と認定したものではないのではないか。
- ・【157】は、事案や判決内容が十分確認できず、「パンフレットが『勧誘』に当たることを前提」としたかは読み取れないのではないか。
- ・【161】は、案内書類が契約締結前に送付されており、「①広告のみによって契約締結に至ったもの」の分類は適切ではないのではないか。

(3) 検討会の議論状況

- 修正 ・勧誘は意思形成への影響が強いが、広告には意思形成への影響が強いものから弱いものまであり、そもそも勧誘と広告は異なるものである。
- ・広告が第4条の対象に追加された場合勧誘に含まれるとすると、事業者の実務が最も変わる点としては、利益事実の記載のある不利益事実の不

~~告知を避けるために、全ての広告において大量の~~不利益事実を提供しなければならなくなることが想定される~~という懸念がある。そもそも広告本来の性質を考えると、~~広告に情報が過剰に掲載され~~乗り過ぎる~~ことは、~~かえって~~商品やサービスの特徴やポイントがわかりづらくなり、~~かえって~~消費者はたととしても選択しづらくなるのではないかと考えられる。

- 追記
- ・広告の種類も広告に含まれる情報も多岐に亘るという実態を把握した上で「契約の締結に通常影響を与える情報が含まれる広告」が何かを明確にしなければ、予見可能性を欠き、健全な事業者の経済活動を阻害しかねない。
 - ・消費者が契約を締結するまでに情報を得る手段は、販売員による説明・商品パッケージ・ロコミ・広告宣伝など多様であるところ、消費者が広告だけを見て消費者契約を締結したのか、事業者側では立証できない場合が多い。事業者が最も危惧しているのは消費者とのトラブルが発生することそれ自体であるから、消費者に後から「広告だけ見て消費者契約を締結した」と言われることを予防する目的で、事業者は広告に幅広く不利益事実を書くことが想定され得る。
 - ・第4条第1項・第2項に該当する行為が最終的な契約締結までには是正されて誤認状態が継続しなかった場合は取り消されない(逐条解説 P124)ところ、消費者が広告によって誤認したのか事業者には分からない上、広告を訂正しても当該消費者の誤認が消滅したか分からないという実態を十分踏まえた上で、広告を第4条に追加することは慎重に検討すべき。

3. 断定的判断の提供 (第4条第1項第2号)

➤ 「将来における変動が不確実な事項」要件の在り方

(3) 検討会の議論状況

- 追記
- ・取消しというのは非常に強い効果であり、また、物によっては契約後の劣化や変化もあるため、取引関係をいたずらに不安定にしないよう、断定的判断の提供の射程を財産上の利得以外の事項にも広げることには慎重であるべきである。

4. 不利益事実の不告知 (第4条第2項)

➤ 先行行為要件・不告知要件・故意要件の在り方

(2) 関連事例

- 意見
- ・【62】は、故意要件を満たさないと判断し、「その余の点につき判断す

るまでもなく」不利益事実の不告知を理由とする契約の取消しを認めなかった事案であるから、「②先行行為要件に当たる事実の具体的摘示がない事例」の分類は適切ではないのではないかと。

- ・【87】は、「第6の1(3) さらに、証拠(証人B)によると、被告らは栃木県那須塩原市近辺の物件を取り扱うことが多く、その関係者の大多数は、本件各売買契約締結当時、本件各計画の存在を知っていたものと認められるから、被告らは、原告らに対し、故意に本件各計画の存在を告げなかったものと推認するのが相当である。」と判示されており、「③故意要件に当たる事実の具体的な摘示がない事例」の分類は適切ではないのではないかと。
- ・【103】は、「第3の2(3) さらに、GRを実行することがかなり困難であり、かつ、通常確率を超える確率で大当たりを出すことが不可能であり、原告にとって経済的効果が全くないという原告の不利益となる事実を、被告が故意に原告に告げず、原告がそのような不利益な事実は存在しないと誤認し、その誤認によってGRの使用許諾契約を締結して代金を支払ったと認めるのが相当である。」と判示されており、「③故意要件に当たる事実の具体的な摘示がない事例」の分類は適切ではないのではないかと。

(3) 検討会の議論状況

- 修正 ・~~先行行為要件がなくなると、不利益事実の不告知だけで取消しが可能となる。そのため、事業者としては、できるだけ不利益事実を告げようとするようになるが、営業秘密は、開示できる事項ではない。また、当該消費者にとって何が不利益事実に該当するかは自明ではないが、機微事項については事業者から確認することも憚られる。やはり、消費者から質問し、それに事業者が積極的に対応するというコミュニケーションも大切なのではないか。事業者が勧誘する場合に不利益事実だけ述べることは現実的ではないため、先行行為要件が削除された場合は、不利益事実に伴う利益事実を告げることとなり、提供する情報が大量かつ網羅的となる結果、消費者にとっては分かりづらくなるのではないかと。~~
- ・事業者が告知すべき情報の中には、営業秘密等の開示できない情報もあれば、宗教等の事業者が把握できずかつ問い合わせもしづらい情報もある点には留意する必要がある。
- ・先行行為要件が削除され、加えて広告が第4条の対象になった場合は、例えばイメージ広告のように利益事実の記載のない広告についても不利益事実を告知する必要が生じ得る。他の要件が重なった場合の影響を

十分に考慮した上で、慎重に検討すべきである。

5. 「重要事項」(第4条第4項)

➤ 「重要事項」要件の在り方

(2) 関連事例

- 意見 ・【64】は、「用途」について不実告知をしたとも言える事案であり、「② 契約の動機に係る事項のもの」の分類は適切ではない、とも考えられるのではないか。

(3) 検討会の議論状況

- 修正 ・動機がも重要事項に含まれる場合となると、後になってから消費者からに、「私にとってはそれが動機だった」と主張される可能性がありたり、その告げていない点が動機だったと主張され、契約関係が不安定になるのではないか。
- ・動機は個々の消費者固有の私的なものでありるから、契約締結時に事業者がから見て特定することは難しくい。そのため、後日、消費者から「私にとってこれが動機だったでした。」と主張されても、事業者は真実か否かを確認できない。事業者は、トラブルを予防し安定して取引しようとするため避けようとすれば、契約締結の時に消費者の点で契約の動機を確認しなければならなくなる上、後で言った言わないの議論にならないよう、いことになる。また、後日のために記録化する必要もある。他方しかし、消費者からみれば、契約の都度、プライバシーに係るものを含め動機を説明させられ、するのは、消費者にとって負担ではないか。また、動機を逐一記録化するされることは、消費者にとって負担かつ不快ではないか。
- ・事業者が恐れるのはトラブルであり、動機が「重要事項」に含まれるようになると、それを根拠に取消し等を主張されることが増える。もちろん、結果として損害賠償請求や取消しが行われなかったとしても、事業者は消費者とのトラブルが発生することそれ自体を恐れている。その動機が「重要事項」に含まれないということになるにかもしれないが、それでもその消費者の相手をしなければならないという負担がある。それが積み重なって、現在お客様センターでは、圧倒的多数の消費者からの一般的な照会が通常であるところ、無用のトラブル対応に相談員の手が取られてしまい、大多数の夫勢の消費者に迷惑をかけることになることは本意ではないのは避けたい。
- 追記 ・動機は事業者と関係ないものも多く、「社会通念上一般的な動機」と言

われても、一般化は難しく、またその具体的な内容が不明確である以上、予見可能性を欠く。

- ・消費者の動機は様々であるとともに、契約締結時に事業者が把握することは難しい。動機一般が重要事項に含まれ得るとすると、それが真に意思決定に影響を与えたか否かを問わず、結局、およそ何らかの事項が不実だったとされれば、それにより消費者の動機が形成されたとして消費者契約の取消を主張されることになりかねない。一部の事案のみに着目して、大多数の一般の取引の安全が害されることにならないよう、不実告知型であっても、動機を重要事項に含めることについては慎重に検討を進めるべきである。

第4. 不当勧誘（その他）

2. 媒介者、代理人の不当勧誘（第5条）

➤ 第三者による不当勧誘行為規制の在り方（「媒介」要件）

(2) 関連事例

- 意見 ・【83】は、「その第三者が媒介の委託を受けた事業者との共通の利益を有するか」が評価された事案であり、「①契約締結の直前までの必要な段取りを行うことを要するもの」の分類は適切ではない、とも考えられるのではないか。

(3) 検討会の議論状況

- 修正 ・~~「媒介」について、限定的過ぎる解釈が行われているので拡大すべきとの意見もあるようだが、~~裁判例では第5条の適用を認めているものもいくつかあり、それなりに救済が図られているのではないか。

3. 取消権の行使期間（第7条）

➤ 適正な行使期間

(3) 検討会の議論状況

- 修正 ・法定期間内に取消しできなかったことについては、権を行使できなかった原因を考える必要がある。司法アクセスの困難性が不行使の理由であれば、問題の解決策は、取消期間の延長ではなく、司法アクセスの拡充など様々な解決方法が考えられるものであり、取り消せなかった原因・理由を踏まえて慎重に検討すべきであるではないか。

4. その他

➤ 法定追認の適用除外の要否

(2) 関連事例

- 意見 ・【133】は、「法定追認」ではなく「黙示の追認」に関する裁判例ではないか。

➤ 不当勧誘行為の効果（不当利得返還の範囲、損害賠償請求権）

(3) 検討会の議論状況

- 追記 ・不当利得返還の範囲について、消費者が役務や商品を費消し、相応の利益を得ている場合に、一律に代金全額の返金を認めるのは行き過ぎであり、裁判による個別判断に委ねるべきである。

➤ 不当勧誘行為に関する一般規定（適合性原則、状況の濫用、暴利行為等）

(3) 検討会の議論状況

- 修正 ・適合性原則については、例えば、民法における制限行為能力の制度を見直すほうが消費者保護に資する場合もあるのではないかと。また、[金融商品販売法では既に規制されているところ、消費者契約法を改正しなければ対応できないケースはあるのか。](#)
- 追記 ・「拒否できるのに拒否しなかった」という自己責任の問題であるものは、「消費者に自己責任を求めることは適切ではない場合」に当たらない点に留意して、慎重に検討すべきである。

第5. 不当条項

1. 事業者の損害賠償責任を免除する条項（第8条）

- *債務不履行の免責事由の議論に伴う改正（民法改正に伴う検討）（第8条第1項第2号「故意又は重大な過失」）
- *瑕疵担保責任の法的性質の変更・文言改正に伴う改正（民法改正に伴う検討）（第8条第1項第5号、第2項）
- 追記 ・「民法改正に伴う検討」項目については、改正民法の施行に伴う社会状況等の変化を十分に踏まえて検討すべきである。

2. 消費者が支払う違約金等の額を過大に設定する条項（第9条第1号）

- 「平均的な損害の額」の意義

(2) 関連事例

- 意見 ・【20】は、平成20年第1期（契約条項にある区分）の代金について、その全額の返金を命じたものであって、「裁判所によって区分が設定された事例」ではないのではないかと。
- ・【73】は、事業者の「利益」も損害と認めるような方法で算定しており、

「実際に生じた損害をもって平均的な損害とした」のではないではないか。

➤ 「平均的な損害の額」の立証責任の在り方

(3) 検討会の議論状況

- 追記 ・無効を主張する側が立証責任を負うという一般的原則を修正することには、それを正当化するための十分な理由が必要であり、慎重に検討すべきではないか。

3. 年14.6%を超える遅延損害金を定める条項(第9条第2号)

➤ 14.6%の適正化

(3) 検討会の議論状況

- 追記 ・改正民法の施行に伴う社会状況等の変化を十分に踏まえて検討すべきである。

5. その他

➤ 不当条項リストの追加の要否・在り方

(3) 検討会の議論状況

- 追記 ・追加される不当条項リストによっては、現在、消費者との良好な関係を目指して事業者が行っている取り組みやサービスが提供しづらくなる場合が発生し得る点に留意する必要がある。
- ・「評価の余地のある条項」が明確ではないリストが策定された場合は、無効であるとのクレームが増大するなどして、取引を無用に混乱させる懸念がある。

第6. その他

1. 約款規制に関する規律の要否(定義、組入要件、不意打ち条項、約款の変更)

(3) 検討会の議論状況

- 追記 ・改正民法の施行に伴う社会状況等の変化を十分に踏まえて検討すべきである。

3. 複数契約の解除

➤ 継続的契約の中途解約権

(3) 検討会の議論状況

- 追記 ・「継続的契約」であることで安価な料金等、一定程度消費者に利益があるものも多いため、一律に中途解約権を認めるのは行き過ぎではない

か。

V. 消費者契約法に係る裁判事例の収集及び分析

- 意見 表題の「分析」は「論点項目毎の整理」が適切ではないか。
- 理由 冒頭部分に記載のとおり、本章は「収集した裁判例の概要をまとめたもの」に過ぎず、「分析」には至っていないと考えるため。

- 意見 下線の趣旨を明記すべきではないか。(VIも同様)
- 理由 本検討会では、個々の事例について詳細の分析や議論は特段行っておらず、下線部分をポイントとして議論・評価したようにも見受けられないよう、また下線が事案の評価や分析結果を示すものではないことが分かるように、下線の趣旨を明記する必要があると考えるため。

VI. 消費者契約法に係る裁判事例の収集及び分析

- 意見 表題の「分析」は「論点項目毎の整理」が適切ではないか。
- 理由 本章は「収集した相談等事例を記載したもの」に過ぎず、「分析」には至っていないと考えるため。

以上