

■ 消費者契約法の運用状況に関する検討会 報告書（案）

【構成】

- I. 本検討会の目的
- II. 事例収集の方法
- III. 論点項目における関連事例の整理
- IV. 論点一覧・事例対応表
- V. 消費者契約法に係る裁判事例の収集及び分析
- VI. 消費者契約法に係る相談等事例の収集及び分析

I. 本検討会の目的

消費者契約法は、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かんがみ、消費者の利益の擁護を図ること等を目的として、平成12年4月に制定され、平成13年4月に施行された。同法が施行されてから10年以上が経過したが、その間には、情報化、高齢化、国際化等の社会の変化が生じている。そこで、このような社会の変化を踏まえ、消費者契約法の規定の見直しの検討を行う必要があると考えられる。

また、消費者契約法は、民法の特別法であるところ、平成21年以降、法務省法制審議会において、民法のうち、債権関係の規定の見直しのための議論が進められている。そこで、民法（債権関係）の見直しの議論の進展を踏まえ、消費者契約法の関連規定の見直しの検討を行う必要があると考えられる。

そして、消費者契約法の規定の見直しを検討するに当たっては、その本格的な議論の準備作業として、消費者契約法の運用状況を踏まえた立法事実の把握や論点の整理等を行う必要がある。このような作業を行うため、消費者庁は、平成26年3月に、本「消費者契約法の運用状況に関する検討会」を立ち上げた。

本検討会は、平成26年3月17日から同年9月30日まで、全9回開催し、消費者契約法の運用状況を把握するため、同法に関する裁判例、相談事例、ADR事例など様々な事例を収集し、論点の整理を行ってきたところである。そして、今般、その結果として、本報告を取りまとめた。

なお、前述のとおり、本検討会は、消費者契約法の見直しのための本格的な議論の準備作業を行うことを目的としたものであり、論点の絞込みを行うことや、消費者契約法の改正に向けた具体的な方向性を検討することは、本検討会の結果も踏まえた上で、本検討会に続く本格的な検討の場で行われることを予定している。また、その意味で、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（本報告書においては、このような事実を「関連事例」と呼ぶこととする。）。

今後は、平成26年8月5日付けの内閣総理大臣からの諮問に従い、消費者委員会において議論が進められることとなる。引き続き、消費者委員会において、本報告も踏まえた上で、消費者契約法の見直しに向けた充実した議論がされることを期待している。

II. 事例収集の方法

本検討会においては、関連事例として、裁判例、相談事例、ADR事例など様々な事例を収集した。

裁判例は、各委員から報告があったもののほか、ウェストロー・ジャパン株式会社が提供するデータベースである「Westlaw Japan」に平成26年5月15日現在において収録されている裁判例のうち「消費者契約法」という文言を「要旨」欄又は「本文」欄に含む裁判例（721件）を抽出した。そして、収集した事例の中から、事実認定の問題にとどまるもの、純然たる適用事例、消費者契約法に関連する主張はされたものの裁判所による判断が示されなかったもの、既に最高裁判所による判断が示されている点と同様の論点を扱ったもの、他の特別法により既に法的解決が図られていると考えられるものなどを除外し、消費者契約法に関する運用状況の把握に関連すると考えられる裁判例を選別した。

裁判例以外の事例は、具体的には、相談事例、適格消費者団体による差止請求事例、国民生活センター紛争解決委員会のADR事例、和解・示談事例などを収集した（本報告書においては、このような裁判例以外の事例を「相談等事例」と呼ぶこととする。）。相談等事例は、各委員から報告があったもののほか、相談事例をPIO-NET¹、国民生活センターの発表資料より、適格消費者団体による差止請求事例を「差止請求事例集」（平成26年3月・消費者庁）より、国民生活センター紛争解決委員会のADR事例を同委員会の報道発表資料から、それぞれ収集した。そして、収集した事例の中から、現行の消費者契約法の適用によって解決され得ると考えられるもの、事案が不明瞭であったもの、他の特別法により既に法的解決が図られていると考えられるもの、消費者契約法の論点との関連性の希薄なものなどを除外し、消費者契約法に関する運用状況の把握に関連すると考えられる相談等事例を選別した。

¹ PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワーク・システム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。

III. 論点項目における関連事例の整理

以下では、本検討会において収集した事例を各論点項目に対応させて整理したものを踏まえ、考察した結果として、各論点項目に関する事例の傾向や類型を示し、検討会において意見が出された点については、適宜言及する。

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

（1）問題の所在

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。

本法の適用対象は、「消費者契約」であり、消費者契約とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう（法第2条第3項）。

現行法上、「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。）」をいい（同条第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（同条第2項）。

消費者概念・事業者概念については、「事業として又は事業のために」の要件が必ずしも明確でないとの指摘や、本法が消費者と事業者との間に存在する契約の締結及び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」に着目するものであることに鑑み、より柔軟に消費者性を捉え、消費者の概念を拡充する方向で検討すべきであるとの指摘がある。

（2）関連事例

ア. 事例の傾向

消費者性に関連する事例をみると、おおむね以下の類型に分けられる。

すなわち、まず、個人の消費者性が問題となる事案には、「①開業準備行為に関する事案（②を除く）」、「②相手方事業者との当該契約によって事業者性が基礎付けられる事案」という類型が考えられ、次に、法人その他の団体の消費者性が問題となる事案には、「③実質的には消費者の集まりである事案」、「④相手方事業者との間に格差がある事案」、「⑤形式的には事業者だ

が事業の実体がない事案」という類型が考えられる。そして、①～⑤のいずれでもないものとして、「⑥その他」とする。

イ. 裁判事例及び相談等事例

(ア) ①開業準備行為に関する事案 (②を除く)

(裁判事例)

- ・探偵業を営むことを決意して、探偵業のホームページ作成に係る委託契約を締結した事案において、探偵業を開業することを前提として本件各契約を締結したとして、事業者であるとされた事例 (【11】)

(イ) ②相手方事業者との当該契約によって事業者性が基礎付けられる事案

(裁判事例)

- ・被告から不動産投資を勧められて2件の不動産を購入した事案において、原告の消費者性に言及せず、消費者契約法上の不利益事実の不告知を認めた事例 (【25】)
- ・業務提供誘引販売契約について、「本件契約における原告と被告とが、消費者契約法2条に定める「消費者」と「事業者」であることも明らか」として、消費者性を肯定した事例 (【134】)

(相談等事例)

- ・モデル所属契約と同時にレッスン受講契約を締結した事例 (【2】)
- ・研修受講を要する在宅アルバイト契約を締結した事例 (【12】)
- ・収益用不動産の建築契約・購入契約の事例 (【11】、【13】、【14】)

(ウ) ③実質的には消費者の集まりである事案

(裁判事例)

- ・権利能力なき社団について、一定の構成員により構成される組織であっても、消費者との関係で情報の質及び量並びに交渉力において優位に立っていると評価できないものについては、「消費者」に該当するものと解するのが相当とした事例 (【33】)
- ・マンション管理組合の消費者性について、「法人その他の団体は、小規模なものであっても、消費者契約法における「消費者」には当たらないことは明らかである」とした事例 (【47】)

(エ) ④相手方事業者との間に格差がある事案

(裁判事例)

- ・株式会社の消費者性について、相手方事業者との間の情報及び交渉力に

格差を認めた上で、消費者契約法が「個人」と「法人その他の団体」とを明確に区別しており、同法の規定上、後者は「消費者」に当たらないと解されることから、消費者契約法を類推適用すべきとの原告の主張を認めなかった事例（【28】）

- ・フランチャイズ契約において、フランチャイジーが個人であることから、消費者契約法の類推適用を主張した事案において、「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。」と明確に定めている以上、原告が株式会社で被告Y1が個人であることのみをもって同法の規定を類推適用すべきとすることは、同法の趣旨を没却するものといわざるを得ない」として否定した事例（【48】）

（相談等事例）

- ・ドロップ SHIPPING、ネット通販を始めたばかりの個人とのSEO対策サービスの契約の事例（【3】、【5】）
- ・母子家庭でマッサージ店を個人経営している零細事業者に対するスマートフォンを利用した広告用端末の販売の事例（【15】）

（オ）⑤形式的には事業者だが事業の実体がないもの

（相談等事例）

- ・自宅玄関に掲げていた寺の名義で契約したが、その寺は亡くなった弟が生前家庭内で仏像を拝むだけのものであった事例（【4】）
- ・架空の屋号でビジネスホンのリース契約を締結させた事例（【7】）

（カ）⑥その他

（裁判事例）

- ・会社の経営者が会社の資金調達のためにした契約について、消費者性を否定した事例（【39】、【49】）
- ・連鎖販売取引における係る商品の販売のあっせんを店舗によらないで行う個人について、「連鎖販売契約のあっせんを反復継続することによって利益を得るために、すなわち事業として、被告らとの連鎖販売契約を締結したものと認められる」として消費者性を否定した事例（【46】）
- ・マンションの管理規約について、同規約は、対等当事者で構成された団体の自治規範であり、非対等な契約当事者間の消費者契約とは異なるから、消費者契約法の適用対象とならないことはもとより、同法の趣旨を及ぼすべき対象とならないとした事例（【98】）

（3）検討会の議論状況

[消費者概念を拡張することに賛同する意見]

- ・ 特定商取引法の業務提供誘引販売、連鎖販売取引における考え方を踏まえて、広く消費者として捉えてほしい。
- ・ 現行法上の問題に対しては、解釈で対応しうるが立法が望ましいもの、立法できないとしてもコンメンタールで明確にすべきものもあれば、解釈では対応できず、立法で対応する必要があるものがある。消費者概念の広げてはどうかという問題は、現行法の「事業として」や「事業のため」という文言の解釈により、妥当な解決が図られる面もある。すなわち、事業の実体が全くないようなものは、「事業として」や「事業のために」には当たらないと解する余地があり、また、フランチャイズ契約においても、開業準備という実質がなく、むしろ開業準備等の名を借りたものである場合は、「事業として」でも「事業のために」でもないと解する余地がある。もっとも、解釈による解決は、相談現場等において、混乱を生じるおそれがあるため、逐条解説等で明記し、普及されることが必要である。²
- ・ 法人や団体について、契約によっては「消費者」とし、あるいは、消費者契約法の規律を及ぼすことが適当であると考えられるような場面があり得るが、「個人」という文言から解釈でそれを導くことは難しい。
- ・ 消費者契約法において「事業」を行う者や、特定商取引法において「営業」を行う者が法の保護の対象から除外されることを利用して、これらの者をターゲットにした悪質商法が急増している。実態としては消費者と異なる事業者が、情報力・交渉力を有する事業者から不当な勧誘を受けて契約を締結した場合や、不当な条項に基づく契約を締結しているような場合に、消費者契約法の保護を一切及ぼさなくて良いのかという問題がある。他方、消費者契約法が定義規定を設けてその適用範囲を画していることや、民法の一般原則に対する特則を規定していることを考えると、消費者概念の拡張には困難な面もある。この問題に対する解決の方向として、第1に、例えば現行の「事業のために」の意味内容として、「事業内容と密接に関連している場合」で、かつ「すでに開始している事業」に限定するなど、消費者の定義自体を拡張することや、第2に、定義規定自体は拡張せず、定義規定とともに消費者性を認める考慮要素を列挙すること、第3に「事業者間契約への準用規定を置く」ということが考えられる。

² なお、「逐条解説 消費者契約法」(第2版)85頁は、いわゆる内職商法に関し、「内職が客観的に見て実体がなく、事業であるとは認められないものがあり、その場合、「内職のために材料や機械を高い金額で購入する契約は『事業のため』の契約ではないこととなるため、本法における『消費者』に該当し、本法の適用範囲に入ると考えられる。」としている。

- ・ 悪質な事業者が一般の消費者を事業に誘い込むという類型については、その不当勧誘行為がなされたときには消費者であるわけであるから、消費者契約法の適用がなされて然るべきと考えられる。もっとも、このような事案では往々にして、事業者から、「事業者である」という反論がなされる。このような事態に適切に消費者契約法が適用できるように「消費者」概念を律する必要がある。
- ・ 営業活動の素人である個人が集まっただけの団体と営利法人との契約は、形式的には団体と事業者との契約ですけれども、実質的には多数の消費者と事業者との消費者契約と同視できるのではないか。これを消費者契約に該当すると考えないと、契約者として個人の名前を列挙したか、団体名を書いたか、それだけで結論が全く変わってしまうという不公正な結論となってしまい、不合理である。
- ・ 零細事業者であっても、事業に直接に関連しない取引については、消費者契約法の保護を及ぼすべきではないか。
- ・ 事業者と消費者の線引きが難しい部分に関しては、解決する場所がないのが現状である。消費生活センターでの解決も難しく、かつ裁判にも向かないというような事例がたくさんあるように思われる。そのようなものにも保護を及ぼすべきである。

[消費者概念の拡張に懸念を示す意見]

- ・ 「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すると、事業者は、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。
- ・ 個人事業主の中にも消費者契約法の保護を受ける者がいるとすると、それらの個人事業主と取引する事業者は、相手方が消費者契約法による保護対象か否かの判断を迫られる。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ろうが、明確な指標がなければ、規模を基準として一律に判断せざるを得ないと思われる。そうすると、取引を拒絶せざるを得ないケースも発生するが、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。

[そのほか]

- ・ 消費者概念、事業者概念を考えるに際しては、個人がいかなる場合に事

業者に該当するかという観点からの検討も要する。

- ・ 当事者の属性から、およそ一律に消費者性、事業者性が決まるのではなく、むしろ契約ごとに消費者であるか事業者となるが相対的に決まる。
- ・ まず事業の実態があるのか否かが問題となり、事業の実体がない場合がかなりある。一応事業としての実態があるときに、その事業の内容が具体的に消費者ではなくて事業者として活動するようなものであるのか、そうではなくて、実質的には事業者という名目だけで消費者に近い活動をしているのかで取扱いは変わる。

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）

（1）問題の所在

対等な当事者間においては、契約を締結するに際して必要な情報は各当事者が自ら収集するのが原則である。しかし、消費者と事業者との間には、構造的な情報の質及び量並びに交渉力の格差が存在しており、このように当事者間に情報量・情報処理能力等の格差がある場合などには、当事者の一方が他方に対して契約締結過程における信義則上の説明義務・情報提供義務を負う場合があることは、従来からも判例上認められている。

現行法は、事業者と消費者との間に情報・交渉力の格差の存在が消費者契約において発生する紛争の背景となることが少なくないことから、第3条で、事業者には、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮することを求めるとともに（いわゆる「透明性の原則」。次項にて後述）、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供することが求めている。

もともと、第3条の規定は、努力義務にとどまるものであるところ、事業者の情報提供義務を法的義務として規定すべきではないかという指摘があり、併せて、同義務違反の効果をも検討する必要があるということが指摘されている。

（2）関連事例

ア. 事例の傾向

情報提供義務に関連する事例をみると、おおむね以下の類型に分けられ

る。

まず、契約自体の性質として、「①契約により生命身体が害される危険性があるもの」、「②事業者が専門知識を有することが契約上予定されているもの」という類型が考えられ、このほか、個々の事案において、事業者と消費者の関係に鑑みて情報提供義務が認められる場合など「③その他（個々の事案における消費者の属性に対応するもの）」という類型が考えられる。

イ. 裁判事例及び相談等事例

(ア) ①契約により生命身体が害される危険性があるもの

(裁判事例)

- ・シミの治療で形成外科等を専門とする医院でレーザー治療を受けた女性が、色素脱出、炎症性色素沈着の状態になった事案において、「医師は、当該治療行為の効果についての見通しはもとより、その治療行為によって生ずる危険性や副作用についても十分説明し、もって患者においてこれらの判断材料を前提に納得のいく決断ができるよう措置すべき注意義務を負っている」として、説明義務違反があるとして損害賠償請求を認めた事例（【150】）

(イ) ②事業者が専門知識を有することが契約上予定されているもの（①を除く。）

(裁判事例)

- ・説明義務が肯定されている事例のうち、事業者が専門知識を有することが契約上予定されていると考えられるもの（電気通信事業：【29】、フランチャイズ契約：【106】、マンション販売業：【113】、【121】、【162】、建築業：【116】、【164】）

このほか、情報提供義務や説明義務に関する裁判例には、金融商品販売に関する事例、先物商品取引に関する事例、保険商品に関する事例が多数存在する。これらについては、各業法の中で、説明義務の規律が設けられている場合がある。

(相談等事例)

- ・投資信託の購入の際、元本割れとなる旨の説明がされなかった事例（【17】、【24】）
- ・保険の購入の際の情報提供に関する事例（【25】）
- ・通信サービスの利用契約で、WiFi 接続ができなかった事例（【20】）

(ウ) ③その他

(裁判事例)

① 個々の事案における相手方の属性に対応するもの

- ・原告が、探偵業を営んでいた被告から、探偵業を始めれば被告が仕事を紹介すること、探偵業が高収入であること等の説明を受け、自ら探偵業を営むことを決意して、被告との間で業務支援契約を締結し、また、探偵業のホームページ作成に係る委託契約を締結した事案において、原告が契約当時、十分な社会経験を有していたとはいえず、探偵業を営むとすれば被告らの支援を頼みにせざるを得ない状況にあったとし、被告は、自らも本件契約と同様の業務支援契約を締結し、探偵業を営んでいたのであるから、上記のような状況にあった原告との間で、探偵業の開始を前提とする本件契約を締結するに際しては、探偵業の業務の実情や収入などについて十分に説明する信義則上の義務を負っていたとして損害賠償請求を認めた事例（過失相殺3割）（【11】）
- ・被告は、原告が満20歳になったばかりの無職で社会人経験が乏しいことを認識し得たことに照らして、原告において自由な意思決定が可能な状況下で契約を締結すべきとし、被告従業員は、同人が認識し得た原告の能力や属性に応じて、被告会社の扱う宝石の力や効能とされるものが根拠に乏しく、主観的なものに止まることを注意喚起すべきであるとして、不法行為に基づく損害賠償責任を認めた事例（【111】）
- ・被告のパソコン講座を受講した原告が、厚生労働省の教育訓練給付制度の利用を希望していたが、被告の説明不足のために同制度を利用することができなかった事案において、「消費者契約法の趣旨（事業者の情報の質及び量の絶対的な多さを考慮し、これに対する消費者の利益の擁護による健全な取引の発展を目的とする趣旨）からは、事業者が、一般消費者と契約を締結する際には、契約交渉段階において、相手方が意思決定をするにつき重要な意義をもつ事実について、事業者として取引上の信義則により適切な告知・説明義務を負い、故意又は過失により、これに反するような不適切な告知・説明を行い、相手方を契約関係に入らしめ、その結果、相手方に損害を被らせた場合には、その損害を賠償すべき義務があると解する」とした事例（【149】※消費者契約法施行前の事案）

② 消費者契約法上の情報提供義務について、努力義務であり、法的義務ではないとした事例（【108】）

(相談等事例)

- ・解除・解約・更新の際に要する費用に関する情報が提供されていなかった事例（豊胸手術（【16】）、ウォーターサーバー用の水の定期購入（【19】、【23】）、結婚相手紹介サービス（【26】、【27】）、結婚式場（【32】））

- ・携帯電話やインターネットの契約で、他のサービスや機器の購入が含まれているという情報が提供されていなかった事例（【18】、【21】、【28】）
- ・情報商材の内容を実行するためには官公庁への申請手数料や開業資金として高額な金銭が必要となることについて情報が提供されていなかった事例（【29】）
- ・中古自動車の販売において保証の適用対象外の車種に関する情報が提供されていなかった事例（【58】）

（3）検討会の議論状況

[情報提供義務の法的義務化に賛同する意見]

- ・ 不十分な説明のために誤認して契約に至り、被害に遭うことがある。特に専門的な分野、複雑な取引においては消費者がみずから情報収集をすることが困難であることから、相手方の説明が主な情報源になるため、現在のように努力規定では足りないと思われる。
- ・ 「契約締結過程における情報提供義務」については、現代社会では必要不可欠な制度ではないか。
- ・ 社会的には優良な事業者に確実に分類される場所でも、情報提供義務とか説明義務の違反があるということで損害賠償の責任が認められている場合もある。
- ・ 現行法の金融商品販売法のように、金融商品ということに限ってではあるが、比較的広い分野をカバーしている法律でも、なかなかすべてをカバーし切れない問題がある。そうすると、やはり情報提供義務の在り方とか説明義務の在り方、もっと言うと情報提供や説明というものが必要な場面をもう少し精査して、必要であれば立法していくという姿勢は大事である。
- ・ 情報提供義務の法的義務化には、事後的な損害賠償や取消しだけでなく、被害の発生を抑止する効果もある。
- ・ 従前より業法や条例を踏まえて必要と思われる情報、一般的に必要と言われている情報、提供しているのであれば、今回の法改正で情報提供義務が法的義務として規定されても、それによって根本的に企業活動が変わるといったことにはならない。
- ・ 情報提供義務については、消費者基本法第5条第1項第2号において「消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること」と規定されている。消費者契約法の改正に際しては、このような規定があることを前提にして、さらに進歩した内容を考えるべきである。
- ・ 発見や参照を困難にしているのではないかと思われるような約款があることからすると、約款の組入要件における内容開示の問題とは別に、

重要事項に関する情報提供義務・説明義務を及ぼす必要性がある。

- ・ 消費者契約法が当事者の情報力・交渉力の格差がある契約を対象としていることからすると、情報提供義務違反による取消しの要件は民法の錯誤取消しの要件よりも緩和されて良いのではないか。
- ・ すべての消費者が電話等で質問をすることができるとは限らない。したがって、事業者から伝えなければならない情報がある。これが個別の業法で規制するということになる、全ての業種を業法でカバーできていないという点が問題となる。また、多くの業法には民事効がないという問題もある。

[情報提供義務の法的義務化に懸念を示す意見]

- ・ 社会通念上一般的な情報を提供するようと言われても、どのような情報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であり、トラブルを避けるためには膨大な情報を提供せざるを得なくなる。そうになると、コミュニケーションの硬直化を招くおそれがある。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っている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。
- ・ 情報提供に関して問題が多い分野がある場合は、業法によって消費者にとって重要となる特定の事項について、事業者の説明することを求めることが考えられる。
- ・ どのような情報を提供すれば足りるのか、明確な指標がない。明確な指標がない場合は、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不便である。
- ・ 情報提供義務の法的義務化には、それがどこまで広がるかについて懸念がある。
- ・ 情報提供義務の法的義務化とその違反に民事効を付与することについては、提供すべき情報の範囲が明確ではない以上、慎重に考えるべきである。

[そのほか]

- ・ 企業は、日々自主的に情報提供に努めている。
- ・ 消費者基本法第7条第1項は、「消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。」と定めている。事業

者からの情報提供を受けるだけでなく、必要な情報は事業者に質問する姿勢も重要である。それを怠った消費者には過失があるのではないか。

- ・ 消費者契約法において語られている情報提供というのは、意思決定に必要な情報を適切に出すことが求められている。持っている情報のすべてを提供することで、情報提供義務を尽くしたことにはならない。

➤ 透明性の原則・解釈準則（条項作成者不利の原則）

（１）問題の所在

現行法上、事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮するよう努めなければならないとされているところ（第3条第1項前段）、契約条項が明確であることは、消費者にとって、契約締結段階における商品・役務の選択のみならず、契約締結後の商品・役務の利用の段階でも、事業者との間で何らかの問題が生じた場合の解決指針としても重要な役割を果たすとして、法的義務とすべき旨の指摘がされている。

また、事業者は条項の意義を明確にする義務があるという観点から、消費者契約に含まれる条項の意味が、合理的な意思解釈を尽くしてもなお多義的である場合には、条項作成者である事業者にとって不利な解釈を採用するのが信義則の要請に合致するという考え方があり、そのような規律を設けるべき旨の指摘もされている。

（２）関連事例

透明性の原則に関連する事例をみると、裁判例において、同原則に明示的に言及して肯定したもの（【131】、【132】）や、同原則と同様の趣旨を述べるもの（【145】）がある。なお、これらの裁判例は、いずれも貸金業法第43条第1項の規定の適用要件に関連し、同法第17条規定の書面に記載すべき条項について述べたものである。

また、解釈準則（条項作成者不利の原則）に関し、同原則を採用した事例（【131】、【132】、【137】、【165】）、同原則を否定しないが当該事案における条項は一義的ないし合理的な意思解釈が可能であるとして適用しなかった事例（【2】、【66】）、同原則を適用すべき旨の主張に対し、「契約の目的となる部分については解釈に当たって厳密な内容規制を及ぼす必要はない」とした事例（【81】）がある。

（３）検討会の議論状況

(透明性の原則)

- ・ 事業者の作成した契約条項の表現が曖昧であったり、消費者にとって理解困難な用語や表現のものである場合には、事業者・消費者間の認識の不一致に起因する消費者被害やトラブルが発生することは、広く認識されているところである。しかしながら、現行の第3条第1項は、いわゆる透明性の原則に関して、単なる配慮義務、努力義務にとどめ、法的義務としていないため、このようなトラブル防止の観点からすれば、不十分な規定だと思われる。
- ・ 利用規約の中で特に大事なところは、やはり抜き出してある程度分かりやすく表示することが必要である。
- ・ ドイツにおいては、2002年に民法の中に約款規制法を組み込むときに、不当条項規制については、一般条項に追加して、透明性を不当条項の判断の際の考慮要因にすることを明記している。そのような観点はわが国でも見落としてはならない。

(解釈準則)

- ・ 不当勧誘行為による被害救済が困難な場合には、最終的に民法90条の公序良俗違反の規定に頼らざるを得ないところ、消費者契約に妥当するルール、使いやすいルールになるように、消費者契約法に適合したような解釈準則や規定内容を考えるべきである。

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

(1) 問題の所在

法第3条第2項は、自己責任に基づく市民社会においては、消費者も契約の当事者としての責任を自覚し、その責任を果たさなければならないことから、消費者は、消費者契約を締結するに際しては、事業者から提供された情報を活用し、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について理解するよう努めなければならないこととしている。

(2) 関連事例

消費者の努力義務に関する関連事例をみると、裁判事例において、同義務の内容を「事業者から提供された情報を活用することを要請するものに過ぎず、

消費者自ら情報を収集する努力までも要請するものではない。換言すれば、消費者は、事業者から情報が提供されることを前提として、少なくとも提供された情報を活用するように要請されるに過ぎない。」とした事例（【108】）、消費者契約法施行前の事案であるが、法第3条第2項の趣旨等に鑑みて消費者側の過失相殺を認めた事例がある（【149】）。

（3）検討会の議論状況

- ・ 消費者基本法には、「消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。」との規定があるところ（同法第7条第1項）、消費者契約は消費者と事業者の双方の契約であり、事業者による情報提供のみならず、消費者も自ら進んで知識を習得し、情報を収集し、取捨選択するなどの合理的な行動をすることが求められる。
- ・ 第3条第2項に消費者の努力義務が規定されていることからすると、質問しようと思えば質問できた消費者がそれを怠った場合は、消費者に過失があると考えられ、事業者の責任が減免されることがあっても良いのではないか。（【149】と同旨）
- ・ 消費者の不注意による事案まで過度の救済をすることは、賢明な消費者になるインセンティブを失わせる側面があるに留意する必要がある。
- ・ 消費者教育の必要性があることは、現に生じている消費者被害の救済のための法改正に向けた検討の必要性を失わせるものではない。

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

（1）問題の所在

現行法の「勧誘」とは、消費者の契約締結の意思の形成に影響を与える程度の勧め方をいうとされ、不特定多数向けのもの等客観的に見て、特定の消費者に働きかけて個別の契約締結の意思の形成に直接に影響を与えているとは考えられない場合（例えば、広告、チラシの配布、商品の陳列、店頭に備え付けあるいは顧客の求めに応じて手交するパンフレット・説明書、約款の店頭掲示・交付・説明等や、事業者が単に消費者からの商品の機能等に関する質問に回答するにとどまる場合等）は含まれないと考えられている（「逐条解説 消費者契約法」（第2版）108頁）。

これに対しては、消費者の契約締結の意思の形成に対する影響という点では、事業者の働きかけの手法が、特定多数向けであるか不特定多数向けであるかで差はなく、広告、チラシ等による働きかけも「勧誘」に当たるとするか、勧誘と同視し得るものとして、消費者契約法の不当勧誘規制の対象とすべきであるとの指摘がある。

（2）関連事例

ア. 事例の傾向

勧誘要件に関連する事例をみると、おおむね以下の類型に分けられる。

すなわち、①広告のみによって契約締結に至ったもの、②広告を見て、電話・店頭にて事業者から同様の説明を受けたもの、③広告を見て電話・店頭にて事業者と話をしても、広告を補強ないし訂正する説明がないものという類型である。

イ. 裁判事例及び相談等事例

（ア）①広告のみによって契約締結に至ったもの

（裁判事例）

- ・パンフレットの記載を勧誘行為と認定していると考えられる事例（【61】）
- ・被告のパンフレットを見て、仲裁手続が当事者双方と仲裁人の3者同席のうえなされるものと誤信し仲裁手続を申し込んだという事案で、パンフレットの記載が誤認を生じさせるものではないとした事例（パン

- ・フレットが「勧誘」に当たることを前提とするものと考え得る) (【157】)
- ・俳優等養成学校の入学案内等の案内書面の記載事項について、不実告知該当性を判断した事例 (【161】)

(相談事例) ※個別の説明があったか否か不明の事例を含む

- ・広告(「食べるだけで痩せる」という折り込みチラシ (【33】)、データ通信サービス契約との関係で通信速度と人口カバー率の高さをうたったもの (【36】)、スマートフォンの通信の接続エリアに関する広告 (【48】)、テレビの商品説明 (【50】))
- ・ネット通販・ネットオークションのウェブサイト(中古車 (【35】、【58】)、剣道指南DVD (【37】)、情報商材 (【38】)、電動アシスト自転車 (【47】))
- ・診療所のウェブサイト (【43】)

(イ) ②広告を見て、電話・店頭で事業者から同様の説明を受けたもの
(裁判事例)

- ・電話・パンフレット郵送・訪問による事例 (【41】)
- ・パンフレット・電話による事例 (【79】)
- ・インターネット広告・電話による事例 (【114】、【124】)

(相談事例)

- ・インターネット上の広告・ウェブサイトを見た後、事業者と連絡を取ったもの(内職 (【39】)、ダンススクール (【40】)、情報商材 (【44】)、留学プログラム (【46】))
- ・看板を見た後、個別の勧誘を受けたもの(美容医療 (【45】))

(ウ) ③広告を見て、電話ないし店頭にて事業者と話をしても、広告を補強ないし訂正する説明がないもの

(裁判事例)

- ・新聞広告について、「上記新聞広告のみを信頼して本件契約の内容を判断したとしても、客観的にみて、被控訴人が上記広告をもって特定の消費者に働きかけ、個別の契約締結の意思形成に直接に影響を与えたなどということとはできない。」とした事例 (【15】)
- ・ホームページ及び店舗内プライスボードの表示に不実の記載があり、填補での契約締結に際しても明確に訂正したとは認められない事案において、不実告知を認めた事例 (【99】)

(エ) ④その他

- ・メールマガジン³（情報商材（【29】、【42】、【49】））
- ・メールマガジンを見た後、個別のやりとりがあったもの（【41】）
- ・電気自動車に試乗した際のメーター（【34】）
- ・看板（コインパーキング（【51】、【52】、【53】、【54】））

（3）検討会の議論状況

[勧誘に広告を含めることに積極的な意見]

- ・ 勧誘については、通信販売における広告だけではなくて、量販店においても広告を見て購入の意思決定をすることを考えれば、広告を勧誘に含めるように一步踏み込んだ定義にすべきである。
- ・ 広告についても意思形成に影響することは否定できないところであって、広告について一律に不当勧誘行為規制の対象から除くということ是不適切である。
- ・ 個々の消費者被害の救済をどう図るかを考えた場合、民事効が大切である。
- ・ 広告は、契約の締結の動機付けとして非常に重要なものであるとか、あるいは契約内容とか条件に関わるものであるとか、そういったところであれば、場合によってはその広告の内容が一種の勧誘に当たるという場合もあり得るのではないか。
- ・ 広告を勧誘の範囲内に含めたとしても、そこで「重要事項」に関する不実告知や不利益事実の不告知、断定的判断の提供などがあるかどうかの問題になるわけであって、広告の中で不利益な情報も含めて全て書くことを要求するわけではない。契約の締結までの間に必要な情報を提供すれば、それで取消しを免れることができるわけであって、広告で完結するというものではない。
- ・ その広告に含まれている商品説明などが誤っていた場合に、契約締結の最終段階に当たるまで何ら訂正もされず、追加の情報提供もされず、契約締結に至ったというときに、広告に含まれていたものであったという一事をもって、およそ不問であるという制度が果たして良いのか。
- ・ インターネットの場合は、広告を見て、それで購入等の決断をすることが、対面契約と比べて、より直接的ではないか。そうだとすれば、民事効として取消しの効果を与えるというのも一つの方法だと思われる。

³ メールマガジンについては、特定の個人に宛てて送付されたものではないものの、登録されている特定の集団に送付されるものであるという特徴を有しており、広告と同一視することができるか否かについて検討が必要である。

- ・ 勧誘の中にインターネット広告を含めた広告が入るという解釈を示されている法律として、金融商品取引法と資金決済法がある。したがって、広告を「勧誘」に含めることが原理的に不可能なわけではない。
- ・ インターネット取引の場合は、広告から申込みという意思形成過程に関する「客観的因果関係」が取引モデルとして明確であるといえるのではないか。
- ・ 広告の段階であっても契約内容に影響を与えるようなものであれば、場合によっては消費者契約の対象になるということもあり得る。
- ・ 現行の消費者契約法第4条第1項から第3項の誤認取消し・困惑取消しには「消費者契約の締結について勧誘するに際し」という要件が規定されているが、「勧誘するに際し」という限定が問題事例について消費者契約法の適用があるのかどうかという判断を難しくしている。

[勧誘に広告を含めることに消極的な意見]

- ・ ネット上の広告一般にまで「勧誘」概念を拡大することには慎重であるべき。
- ・ 広告と商品とがあまりにも不一致であれば、広告を勧誘に含めずとも、交渉は可能である。むしろ、自己都合の返品を受け入れさせる方便として消費者契約法を持ち出す消費者が出てくるのではないか。
- ・ 表示に問題がある悪質なケースには何らかの対処する必要があるものの、それは消費者契約法ではなくて、景品表示法ではないか。
- ・ 広告を見て事業者と連絡をとっている事案は「勧誘」があるということになっているので、現在の解釈方法を変更する必要はない。
- ・ 広告であれば、一律に勧誘から除外されるべきものでもない。危惧しているのは、広告の中の少し誇大なだけの表現を捉えて、不実告知に該当する等を主張する悪質な消費者のことである。
- ・ 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る。
- ・ 広告が勧誘に含まれるとすると、事業者としては、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いという懸念がある。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って、消費者としても選択しづらくなるのではないかと考えられる。
- ・ ネット上の広告全般を勧誘の延長として考えてしまうと、些細なミスに対しても強力な民事的効果が発生してしまうことになり、副作用が大きいのではないか。
- ・ 広告の意思形成に影響を与える度合いが大きいどうかによって、規律

のあり方が変わるべきなのか。

2. 不実告知（第4条第1項第1号）

▶ 不実要件の在り方

（1）問題の所在

不実要件における「不実」とは、「重要事項について事実と異なることを告げること」であるところ、「事実と異なること」とは、真実または真正でないことをいい、真実または真正でないことにつき必ずしも主観的認識を有していることは必要なく、告知の内容が客観的に真実または真正でないことで足りるとされ、主観的な評価であって、客観的な事実により真実または真正であるか否かを判断することができない内容（例えば、「新鮮」「安い」「（100円だから）お買い得」という告知）は、「事実と異なること」の告知の対象にはならないとされている（「逐条解説 消費者契約法」（第2版）108頁）。

（2）関連事例

不実要件に関連する事例をみると、裁判例に関し、宝飾品販売契約において、宝飾品は主観的かつ相対的な価値判断によって価格設定がされるものとして、小売価格と鑑別業者の査定価格とが異なる点では、不実告知とはいえないとした事例（【9】）。なお、同裁判例は、同種商品の小売市場における一般的な価格について、買主に誤認させるような行為をした場合を除く旨の留保が付されている。）、骨董品販売契約において、商品の製造時期の説明が鑑定結果と異なる点で不実告知を認めた事例（【61】）、家庭教師派遣契約の締結に際し、成績が上がって有名校に合格できる旨の説明について、有名校に合格できるか否かを見通すことは社会通念上不可能であるとして不実告知を認めなかった事例（【78】）、マンション販売契約において、階数を異にする部屋における眺望が同一である旨の説明について、眺望が同一か否かは主観的な評価を含むものであるとして、不実告知を否定した事例（【121】）がある。

▶ 告知要件の在り方

（1）問題の所在

告知要件における「告げる」は、必ずしも口頭によることを必要とせず、書

面に記載して消費者に知悉させるなど消費者が実際にそれによって認識する態様の方法であればよいとされている（「逐条解説 消費者契約法」（第2版）113頁）。

（2）関連事例

（裁判事例）

- ・ホームページ及び店舗内のプライスボードにおいて不実の表示をし、本件売買契約締結に際してもこれを明確に訂正したとは認められない事案において、不実告知による取消しを認めた事例（【99】）
- ・クレジット契約の締結に際し、契約書に引落とし銀行口座等の記載及び被告の署名捺印を求めた上で、口頭で説明した金額とは違う金額を販売員が勝手に記入して、控えを渡してさっと帰った事案において、不実告知を認めた事例（【133】）
- ・宝飾品の販売に際し、一般市場価格という趣旨で商品に付けられた値札の表示と、販売員からの同様の説明があった事案において、不実告知を認めた事例（【144】）
- ・重要事項について消費者が誤信していることを知りながらあえて沈黙していた事案において、不実告知を認めた事例（【148】）

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

（1）問題の所在

法第4条第2項第2号は、将来において消費者が財産上の利得を得るか否かを見とおすことが契約の性質上そもそも困難である事項（当該消費者契約の目的となるものに関し、将来における変動が不確実な事項）について事業者が断定的判断を提供した場合につき、取消しの対象とする旨を規定しており、ここでの「将来における変動が不確実な事項」については、消費者の財産上の利得に影響するものであって将来を見とおすことがそもそも困難であるもの（例えば証券取引に関して、将来における各種の指数・数値、金利、通貨の価格）をいうとされている（「逐条解説 消費者契約法」（第2版）115頁）。

これに対しては、消費者は事業者提供された情報を信じやすく、事業者による断定的な判断の提供によって契約を締結するかどうかの意思決定に影響を受けやすいという点は、「不確実な事項」について断定的判断が提供された場合一般に該当するとして、断定的判断の提供の対象について、財産上の利得

に影響するもの以外にも拡充すべきであるとの指摘がある。

(2) 関連事例

ア. 事例の傾向

「将来における変動が不確実な事項」要件に関連する事例をみると、おおむね以下の類型に分けられる。

すなわち、断定的判断の提供の対象が、①財産上の利得に影響する事項である事案、②将来における変動の前提となる事項である事案、③財産上の利得に影響しない事項である事案という類型である。

イ. 裁判事例及び相談等事例

(ア) ①財産上の利得に影響する事項である事案

(裁判事例)

- ・「1株30万円であるが、公募価格は50～60万円となり、上場すれば120万円以上になり、200万円くらいにはなる。」と述べたことが断定的判断の提供にあたる事案とした事例（【101】）
- ・パチンコ攻略情報の売買契約について、確実に利益を得られると思わせる勧誘は、将来における変動が不確実な事項に関する断定的判断の提供に当たるとした事例（【79】【124】）

(イ) ②将来における変動の前提となる事項である事案

(裁判事例)

- ・未公開株が上場すること及びその時期が、将来における変動の前提となる事項に当たるとされた事例（【45】）
- ・過去から現在に至る東工金の価格の実績を述べたことは、金の価格が将来においても被告に利益をもたらすように推移するとの断定的判断を提供するものとは認められないとした事例（【62】）

(ウ) ③財産上の利得に影響しない事項である事案

(裁判事例)

- ・有名校に合格するか否かは、消費者の財産上の利得に影響するものではないとした事例（【78】）
- ・漠然とした運勢、運命は、「その他将来における変動が不確実な事項」に含まれないとした事例（【138】）

(相談事例) ※数値化が可能と考える余地があるもの

- ・エステの契約で「必ずやせる」と言われた事例（【56】）

- ・家庭教師の契約で「必ず成績が上がる」と言われた事例（【57】）

（3）検討会の議論状況

- ・消費者が、不確実な事項を確実であると告知されて、相手は専門家なのだから、言うことは正しいのだろうと誤信して契約したという事例はたくさんある。
- ・必ず痩せる、必ず成績が上がるなどと断言して契約させてしまうケースがあるが、数値化できるような事項については、財産上の利得ではないものの、断定的判断の提供の対象とすべきである。

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

（1）問題の所在

法第4条第2項は、利益となる旨の告知（先行行為要件）、先行行為によって、そのような事実は存在しないと消費者が通常考えるべき不利益事実の故意の不告知（不告知要件、故意要件）という3つの要件が認められる場合に、消費者に取消権を認めるものである。

不利益事実の不告知については、特に相談現場から、先行行為要件ないし故意要件の立証が困難であるなど使い勝手が悪い旨の指摘がされているほか、裁判例において、先行行為が具体的で不利益事実との関連性が強いといえる場合には故意要件を厳格に適用していないと考えられる例や、先行行為が具体性を欠き、不利益事実との関連性が弱い場合であっても、故意要件が認められる場合に不利益事実の不告知による取消しを認めた例があることなどを踏まえ、不利益事実の不告知の各要件の在り方について、検討を加えるべきとの指摘がある。

（2）関連事例

（裁判事例）

不利益事実の不告知に係る要件（先行行為要件、不告知要件、故意要件）に関連する裁判事例をみると、

①3要件について、それぞれに当たる事実の具体的な摘示があるもの、②先行行為要件に当たる事実の具体的な摘示がないもの、③故意要件に当た

る事実の具体的な摘示がないものという類型が考えられる。

- (ア) ①3要件について、それぞれに当たる事実の具体的な摘示がある事例
【25】、【60】、【114】)
- (イ) ②先行行為要件に当たる事実の具体的な摘示がない事例 (【42】、【62】、
【77】)
- (ウ) ③故意要件に当たる事実の具体的な摘示がない事例 (【87】、【103】、【109】、
【161】)
- (エ) ④その他
(裁判事例)
- ・故意がないことをもって不利益事実の不告知を認めなかった事例 (【64】、
【121】)
 - ・先行行為要件には言及せず、故意要件についても「当然知っていたと推認
すべき」として認定し、不利益事実の不告知を認めた事例 (【119】)
- (相談事例)
- ・「1ヵ月無料」、「1ヵ月経ったら必ず電話する」と言われ映像配信サービ
スを視聴したところ、1ヵ月経っても電話はなかったが、視聴料が引き落
とされた事例 (【59】)
 - ・「モニター申込み後にキャンセルを申し出ない限り自動的に継続購入にな
る」ことが判明した事例 (モニター商品の梱包にその旨を記載した書面が
入っていた⁴) (【60】)
 - ・コインパーキングの看板等における目立たない記載 (【51】、【52】、【53】、
【54】等)

(3) 検討会の議論状況

[総合的意見]

- ・ 現行法上は、「利益について説明して」かつ「故意に」かつ「不利益事
実について説明しなかった」ことが要件なので、消費生活センターの
現場では、あまり活用されていない状況にある。故意でないとして
も、一般消費者にとって重要な不利益事実を告げていない場合は、取

⁴ 契約の継続という重要な点について、特別の注意喚起をすることなく、その
旨が記載された書面を梱包に含めておくことで、告知したといえるかが問題と
なり得る。

り消せるとすべきである。

- 裁判例を見ていると、利益告知や不利益事実の不告知の要件については明確に言及しないまま認定しているものがある。
- 不利益事実の不告知の裁判例には2つのタイプがあるように思われる。1つは、利益にあたるものを具体的に細かく述べているタイプのもので、この場合は利益になることを具体的に述べれば述べるほど、それと密接に関連する不利益の事実を述べないのは、全体としてやはり不実のことを述べているという印象が強くなる。もう1つは、利益の告知に明確に言及しないタイプのもので、全体として見ると、故意に不利益なことを述べていない。このような2つのタイプがあるが、これを分けて考える方が、使いやすくなるし、適用範囲も明確になるのではないか。
- 見直しの方向性としては、①先行行為要件を維持して、故意要件を不要とする、②先行行為要件を不要とする代わりに、故意要件を維持する、③先行行為要件も故意要件も不要とする、というのが考えられる。①については、利益となる事実を告げて、それと密接に関連する不利益事実を告げないのは、不実告知と同価値であると考えられるからである。②については、あえて不利益事実を告げないのであれば、取り消されてもやむを得ないと考えられるからである。③については、情報提供義務違反による取消しをストレートに認めることになり、いかなる情報を提供すれば足りるのか分からない、保有している不利益情報をすべて提供することにつながる懸念がある。しかし、先行行為要件も故意要件も不要としても、「重要事実」の不告知という枠組みは残る。これを具体化できれば、懸念は現実化しない。その意味では「重要事項」の具体化を検討する必要があり、③の類型を検討する必要がないということにはならない。

[故意要件]

- 「故意」の要件は立証が難しいと言われている。
- 「故意」の要件を明確に認定した肯定例は、私が探した限りでは見つからなかった。やはり意図的に行ったということを認定するのは難しいのではないだろうか。

[先行行為要件]

- 先行行為も不要との考え方もある。しかし、先行行為があって、その後に不告知がなされたというのは、要件として客観性があるので、立証に際しては一定のメリットがあるのではないか。
- 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

することになるが、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あた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。

5. 「重要事項」（第4条第4項）

▶ 「重要事項」要件の在り方

（1）問題の所在

法は、事業者の不実告知、不利益事実の不告知の対象となる「重要事項」について、当該消費者契約の目的となるものの内容及び取引条件であって、かつ、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（法第4条第4項）。

重要事項概念は、誤認を通じて消費者の意思表示に瑕疵をもたらすような不適切な勧誘行為について、民法上の詐欺（同法第96条）とは別に、新たに消費者に契約の申込みまたはその承諾の意思表示の取消権（取消権は形成権であり、形成権者である消費者の一度の権利行使により、直ちに完全な効果が生じる）という重大な私法上の権利を付与するものであることに鑑み、その行為の対象となる事項を適切な範囲に限定するために設けられている概念である。

重要事項要件については、いわゆる契約の動機に係る事項は含まれないと考えられるが、契約の必要性等について不実のことを告げて契約を締結させる事例があり、かかる事例にも対応できるようにすべきであるとして、重要事項概念の拡充を検討すべきとの指摘がある。

（2）関連事例

ア. 事例の傾向

重要事項要件に関連する裁判例をみると、おおむね以下の類型に分けられる。

すなわち、不実告知又は不利益事実の不告知の対象となる事項が、①当該消費者契約の目的となるものの内容又は取引条件のもの、②契約の動機に係る事項のもの、③その他という類型である。

イ. 裁判事例及び相談等事例

(ア) ①当該消費者契約の目的となるものの内容又は取引条件のもの

(裁判事例)

当該消費者契約の目的となるものの内容又は取引条件に関する不実告知ないし不利益事実の不告知がされた事例（【30】、【38】、【42】、【59】、【60】、【61】、【77】、【87】、【88】、【89】、【104】、【109】、【113】、【114】、【119】、【121】、【122】）

(イ) ②契約の動機に係る事項のもの

<契約の必要性>

(裁判事例)

- ・本件土地に売却可能性があり、売却のために必要であると信じて、本件測量契約及び本件広告掲載契約を締結した事案において、土地の売却可能性が重要事項に当たるとした事例（【64】）
- ・重要事項は、本件商品自体の品質や性能、対価等のほか、本件建物への本件商品の設置の必要性、相当性等が含まれるとした事例（【130】）
- ・光ファイバーを敷設するためにはデジタル電話に替える必要があり、電話機を交換しなければならない旨を告げたためにこれを信じてリース契約及び電話施工契約を締結した事案において、不実告知を認めた事例（【136】）
- ・通信機器リース契約の勧誘に際し、「NTTの回線がアナログからデジタルに変わります。今までの電話が使えなくなります。この機械を取り付けるとこれまでの電話を使うことができ、しかも電話代が安くなります。」と告げた事案において、不実告知を認めた事例（【142】）

(相談事例)

- ・スマートフォンと同時にタブレットとWiFiルータを契約すると通信料が安くなると言われた事例（【18】）
- ・ダンススクールで同世代の同姓の受講者がいるクラスを作ると言われて契約した事例（【40】）
- ・この土地を買いたい人がいると言われて整地等の費用を支払った事例（【62】、【63】）
- ・「固定電話が使えなくなる」と言われて申し込んだ事例（【64】、【70】）
- ・「有線は使えなくなる。モバイルデータ通信にすると料金も安くなる」と言われ、申し込んだ事例（【65】）
- ・「地震が来ると倒壊する恐れがある」「雨漏りがする」「基礎木が腐っている」等と指摘してリフォーム工事の契約を締結した事例（【66】、【67】）
- ・「今のテレビは見られなくなる」等と言われ、ケーブルテレビの受信契

約を締結した事例（【68】、【69】）

<事業者の評判・信用性>

（相談事例）

- ・ 口コミサイトやブログに評判が書き込まれていたもの（【71】、【72】、【75】、【76】）
- ・ インターネット検索で上位に表示されたもの（【73】、【74】）

<その他の前提事項など>

（裁判事例）

- ・ 宝飾品について、主観的かつ相対的な価値判断によって価格設定がされるとした上で、買主にとっての価値は、一般小売価格に依拠するとして、一般的小売価格が重要事項（物品の質ないしその他の内容）に当たるとした事例（【144】）
- ・ 連帯保証契約における主債務者及びその支払能力、融資金の使用目的及び弁済金の支払方法が、重要事項に当たるとした事例（【148】）

（相談事例）

- ・ 「管理組合から依頼されて来た」「他の入居者もみんなやっている」と言われ、カビ止め施工の契約を締結した事例（【61】）
- ・ 太陽光発電システム購入契約において、売電価格や国による補助の有無に関して事実と異なる告知がされた事例（【30】、【31】）

（ウ）③その他

（裁判事例）

- ・ 仕組預金契約及びローン契約に関し、仕組預金の時価評価額の算定方式及び中途解約が行われた場合の損害金の算定方式は、契約を締結するか否かを判断するに当たっては必ずしも必要でなく、かえって合理的な判断を妨げる事由ともなりかねないとして、重要事項に該当しないとした事例（【35】）
- ・ 将来における東工金の価格の推移が、被告のみならず、原告にとっても予測困難であることが、本件基本委託契約を締結しようとしていた被告にとって、重要事項についての不利益事実にあたるとされた事例（【62】）

（3）検討会の議論状況

[動機を『重要事項』に含めることに積極的な意見]

- ・ 相談現場においては、その契約がその人にとって必要だったのかが、一番大きなポイントになる。そのため、「重要事項」についても広く考えて、必要のない契約が取り消されるように考えるべきである。
- ・ 重要事項を契約の目的となるものに限定しているため、動機が含まれていない。契約するか判断要素になっていることが多いにもかかわらず、動機が含まれないと解釈すると、救われないケースが多数あるため、特定商取引法のように動機に関する事項の不実告知も救済されるべきである。
- ・ 動機付け部分に関する不実の告知がなされていた相談事例はたくさんある。第4条第4項の「重要事項」については、当該契約をする必要性ないし動機づけの部分を含むという方向で見直されるべきだと思われる。動機づけの部分も、「消費者が当該消費者契約を締結するか否かの判断に通常影響を及ぼすべきもの」であり、動機づけの部分に関する不実告知を取消しの対象に含めないことに合理的な理由はない。現に特定商取引法では、拡大されている。
- ・ 「重要事項」に関しては、少なくとも特定商取引法でも認められている範囲には拡張すべきである。そして、特定商取引法では、事実の不告知については動機付けのところまで含んでいないが、行政罰、刑事罰のある特定商取引法と異なって消費者契約法であれば動機付けに関する不告知型でも取消しを認める余地があるのではないか。
- ・ 動機の取扱いは、不実告知型と不告知型では異なるように思われる。動機について逐一確認する必要が生じてしまうという懸念は、不告知型ではないか。不実告知型の場合、動機に該当しない事項については不実告知が許されると考えない限り、動機を確認する必要はないのではないか。
- ・ 「重要事項」と動機の関係について、第4条第4項の柱書にある「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」という基準まで緩和するような意見はない。そうだとすると、ごく個人的な動機は「重要事項」には含まれないので、事業者にとっては全く想定できないような動機を理由として取り消されるようなことはないのではないか。

[動機を『重要事項』に含めることに懸念を示す意見]

- ・ 動機も重要事項に含まれるとなると、後から消費者に、それが動機だったと主張されたり、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るから、契約締結時に事業者から見て特定することは難しい。そのため、後日、消費者から「私にとってこれが動機でした。」と主張されても、真実か否かを確認できない。

トラブルを避けようとするれば、契約の時点で契約の動機を確認しなければならないことになる。また、後日のために記録化する必要もある。しかし、契約の都度、動機を説明するのは、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ことは、消費者にとって不快ではないか。

- 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、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、大勢の消費者に迷惑をかけることになるのは避けたい。

[そのほか]

- 消費者契約法の「重要事項」と民法の錯誤における「要素」との関係
を今後、検討する必要がある。

第3. 不当勧誘（困惑）

1. 不退去（第4条第3項第1号）・退去妨害（第4条第3項第2号）

（1）問題の所在

現行法上は、消費者が事業者によって困惑させられて契約を締結した場合の取消権を認めており、その類型は、消費者が退去すべき旨の意思表示をしたにもかかわらず、事業者が退去しなかった場合（不退去類型）と、消費者が退去する旨の意思表示をしたにもかかわらず、事業者が消費者を退去させない場合（退去妨害類型）の2類型が規定されている（第4条第3項）。

これに対しては、消費者が困惑によって契約を締結する場合には、上記不退去類型・退去妨害類型だけでなく、事業者が自宅や職場に執拗かつ威迫的な電話を繰り返したり、消費者を不安な心理に陥れる言動をすることによって困惑する場合など、事業者の不退去及び退去妨害以外によるものがあるとして、不当勧誘における困惑類型を拡充すべき旨の指摘がされている。

（2）本報告書における困惑類型の拡充の論点の取扱いについて

不招請勧誘や執拗な電話勧誘など、事業者による消費者の困惑惹起行為の態様には種々のものが考え得るところ、それらは必ずしも困惑のみならず、誤認を惹起させていると考え得るものもある。また、後述する「不当勧誘行為に関する一般規定」に含まれるいわゆる「状況の濫用」や「暴利行為」といった論点との境界も必ずしも明確ではないと考えられる。

そこで、本報告書においては、関連事例が困惑類型に関する事例と言い得るか否かといった点や、いわゆる状況の濫用や暴利行為等と区別されるものか否か、その境界をどのように考えるかといった議論には立ち入らず、これらの論点に関連する事例については、まとめて後述の「不当勧誘行為に関する一般規定」において、検討することとする。

なお、現行法の困惑類型に関する裁判例としては、退去すべき旨の意思表示ないし退去する旨の意思表示の要件について、黙示の意思表示で足りるとするものがある（【105】、【153】）。

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）

（1）問題の所在

現行法は、事業者が第三者に対して消費者契約の締結の媒介（消費者に勧誘をすることを含む。）を委託し、当該委託を受けた第三者が、不当勧誘行為をした場合についても、第4条の規定を準用し、消費者に取消権を認めている（第5条）。同条の「媒介」とは、他人間との間に法律行為が成立するように、第三者が両者の間に立って尽力することをいい、「両者の間に立って尽力する」とは、通常、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おり、事業者が契約締結さえ済ませればよいような状況とされる（「逐条解説 消費者契約法」（第2版）155頁）。

これに対しては、第三者が実質的に不当勧誘行為に関与しているものの、契約締結の直前までの段取りを行ったとまではいえない場合にも、消費者契約法の適用がされるべきであるという指摘や、民法上の第三者による詐欺（第96条第2項）と同様の規律とすべきであるという指摘がされている。

（2）関連事例

第三者による不当勧誘行為規制の在り方に関連する事例をみると、裁判例において、「媒介」の要件について、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とするもの（媒介肯定：【70】、【105】、【128】、媒介否定：【50】【83】）、②第三者と事業者を同一に扱うもの（【77】、【142】）、③第三者の違法行為と自己の行為を含めた一連の行為について不法行為が成立するとしたもの（【86】）がある。

また、相談等事例においては、第三者が関与している事例として、口コミサイト、評価ブログ、メルマガ等の記載に影響を受けた事例が見られた（【71】、【72】、【75】、【76】）。ただし、これらの例では、記載をした者と事業者との間の関連性が薄いという問題がある。

（3）検討会の議論状況

[媒介要件の拡張に積極的な意見]

- ・ 共同購入クーポンやプラットフォームなどを信頼して契約したがトラ

ブルになったという声は数多くある。それらの業者の責任についても考える必要がある。

- 第5条の適用を認めた例には、クレジット契約のものが多く。また、初期の判決は、あまり厳密に「媒介」要件に該当するかを考えていないのではないか、と思われるものもある。そして、「媒介」要件を、かなり厳格に考えている判決もあり、契約の締結まで介在しないと「媒介」要件に該当しないというのは狭すぎるのではないか。
- 第三者の介在によりクレジット契約（個別信用購入あっせん契約）が締結された場合、退去妨害、不退去の「困惑」類型であれば、クレジット契約も取消しがしやすい。しかし、「誤認」類型については、クレジット契約そのものに関して誤認がなければ取消しができないというので、相談現場では使い勝手が悪い。
- クレジットカード取引（包括信用購入あっせん契約）が増加しているが、多くはマンスリークリアであり、割賦販売法の適用がなくて、事業者に対して有している抗弁を、クレジット会社に対して主張できない。そこで、第5条が適用できないか問題となるが、活用できない現状があるので、活用できるようにしてほしい。
- もともと消費者契約法5条1項の趣旨は、事業者が第三者に消費者契約の締結の媒介を委託した場合には、自ら選んだ第三者が消費者に不適切な行為を行ったのであれば、事業者としても契約を取り消されてもやむを得ないし、むしろそれが公平であるという点にある。そのような趣旨に鑑みれば、アフィリエイト事案の広告主などは、広告を委託した第三者の誤認惹起行為で契約を取り消されてしかるべきであるし、そのような法制度でなければ不合理である。

[媒介要件の拡張に消極的な意見]

- インターネット上のサービスには、いろいろな事業者が関わっている。媒介者・代理人という形でプラットフォームなど第三者の責任を問える便利な反面、その一方で、「勧誘」概念とともにこれが媒介者・代理人の範囲が拡大されてしまうと、現在では責任を負う必要のない小さなサービス提供事業者がかなり影響を受けることになる。
- 「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。

[そのほか]

- 媒介委託の存否は外部の者には分かりにくいところがある。媒介委託の存否が判然としない第三者による誤認惹起行為や困惑惹起行為があつ

た事案についても、事業者が、そのことについて悪意、あるいは悪意又は有過失のときは、民法第96条第2項のように、消費者が消費者契約法に基づいて取消権を行使できるとすべきではないか。

3. 取消権の行使期間（第7条）

➤ 適正な行使期間

（1）問題の所在

現行法上、消費者が誤認または困惑したことにより、消費者契約の申込みまたはその承諾の意思表示を行った場合の契約の取消権の行使期間は、「追認をすることができる時から6箇月間」、「当該消費者契約の締結の時から5年」とされている（法第7条第1項）。そして、「追認をすることができる時」とは、誤認類型においては、消費者が誤認したことに気付いた時、困惑類型においては、消費者が退去すべき旨の意思表示をした場所から事業者が退去した時ないし消費者が退去する旨の意思表示をした場所から消費者が退去した時と考えられる（「逐条解説 消費者契約法」（第2版）170頁）。

これに対しては、消費者には短期での権利行使を期待できない場合が多いことや、困惑類型においては、物理的な退去の後にも心理的影響下にある場合があることが指摘されており、裁判例においても、心理的な影響が残る場合に起算点を後ろに置くことで権利行使を認める事例があるとして、取消権の行使期間の長期化を検討すべきことが指摘されている。

（2）関連事例

ア. 事例の傾向

取消権の行使期間に関連する裁判例をみると、「追認することができる時」について、①物理的な退去の時点とする事例、②心理的な影響から脱した時点とする事例という類型に分けることが考えられる。

イ. 裁判事例及び相談等事例

（裁判事例）

- ・誤認類型の事案において、誤認に気付いた時を起算点として権利行使を認めた事例（【57】、【125】）
- ・困惑類型の事案において、物理的な退去後に呼び出されて納品確認書に署名押印したことについて、申込み時と同様に困惑した状況の下にあ

ったとして、申込み時における契約と一体をなすものとし、その時点を超算点として権利行使を認めた事例（【153】）。

（相談事例）

- ① 被害の認識が遅れる場合（誤認類型については、6ヶ月の行使期間の起算点である「追認をすることができる時」が後ろにずれる可能性もある。ただし、5年の期間制限を越える例も見られる。）

・行政の処分によって不当な勧誘を受けていたことを認識した事例（【98】）

・原野商法の二次被害で、5年以上かけて買い替えの形で次々と新たな土地を購入した事案（【103】）

・デート商法被害で、本人がデートをしているという認識でのぼせ上がっている間に6ヶ月が経過した事例（【129】）

- ② 権利行使が遅れる場合

・デート商法被害で、親にも恥ずかしくて相談できず一人で悩んでいる間に6ヶ月が経過した事例（【94】）

・保証契約で、保証債務の履行を請求されたのが契約後5年経過した後であった事例（【101】）

（3）検討会の議論状況

- ・ 法定期間内に取消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ではないか。
- ・ 裁判例の中には、取消期間の起算点を動かすことによって救済を図っている。もっとも、起算点を動かすことによって解決することが望ましいかは、議論になると思われる。
- ・ 困惑から解放されたり、事実でないことに気がついて、どこに相談してよいかわからないまま時間が経過するということがある。事業者にしり込みしても拒否されてあきらめてしまったり、心理的な圧迫や困惑から解放されないなどがあり、6か月は短い。また、事業者の問題が社会的に取り上げられて初めて、自分の被害に気がつく場合もあり、5年経過しての相談もたびたびある。

4. その他

➤ 法定追認の適用除外の要否

(1) 問題の所在

民法上、追認をすることができる時以後に、取り消すことができる行為について債務の履行や履行の請求等をする、追認をしたものとみなされ、取消権を行使することができなくなる場所（民法第125条）、同条の規定は消費者契約においても適用される。

これに対しては、消費者が退去妨害や不退去妨害の現場から逃れた後に、事業者からの請求を受けて支払等をする、法定追認により、取消権の行使ができなくなることもあり得るとして、消費者契約法に基づく取消権に関し、法定追認の適用を除外すべきとの指摘がある。

(2) 関連事例

法定追認の適用除外に関連する事例をみると、裁判例において、消費者が騙されたと気づいた後、速やかに解約の申し出をしなかった事案において、「たとえ黙示の追認とみたとしても、その後の合意解約あるいは解約の意思表示には影響はない。」とした事例がある（【133】）。

また、退去妨害から物理的に解放された後に代金の一部を支払った事案において、「法定追認に該当する行為をしたというほかない」として、消費者契約法に基づく取消しを否定した事例がある（【138】。なお、本事例は、公序良俗違反により当該契約は無効とされている。）。

➤ 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）

(1) 問題の所在

現行消費者契約法は、消費者が取消権を行使した場合の返還義務の範囲に関する規律は置いていない。民法第703条及び第704条によれば、利得をした者が善意である場合は不当利得の返還義務の範囲は現存利益の限度に縮減するとされているものの、当該契約に基づいて給付を受けたサービスの対価相当額を不当利得返還義務ないし原状回復義務として返還する義務を負うとすると、不当勧誘行為を行った事業者の「やり得」を許容することとなり、取消権を認めた趣旨が没却されかねないとして、一定の場合に消費者の不当利得返還義務の範囲を減縮する規律を設けるべきとの指摘がある。

また、現行法は、不当勧誘行為の取消しを定めるが、事案によっては、契約

の取消しによる原状回復だけでは損害の填補として不十分である場合や、契約を取り消さずに維持した上で、損害賠償で救済する方が適当な場合があり得るとして、不当勧誘行為の効果として、損害賠償義務を規律すべき旨の指摘がある。

(2) 関連事例

ア. 事例の傾向

不当勧誘行為の効果に関連する裁判例をみると、おおむね以下の類型に分けられる。

すなわち、①損害賠償請求と取消しをともに認める事案、②損害賠償請求を認めた上で過失相殺をする事案、③不当利得返還の範囲に関する事案という類型が考えられる。

イ. 裁判事例及び相談等事例

(ア) ①損害賠償請求と取消権をともに認める事案

(裁判事例)

- ・断定的判断の提供がされた事案において、不法行為に基づく損害賠償請求を認めた事例（過失相殺なし）（【65】、【79】）
- ・不利益事実の不告知がされた事案において、不法行為に基づく損害賠償請求を認めた事例（過失相殺なし）（【87】）

(イ) ②損害賠償請求を認めた上で過失相殺をする事案

(裁判事例)

- ・断定的判断の提供がされた事案において、不法行為に基づく損害賠償請求を認めた上で過失相殺（5割）をした事例（【101】）

(ウ) ③不当利得返還の範囲に関する事案

(裁判事例)

- ・投資資金名下に金員を騙取した場合に、詐欺の手段として配当金名下に交付した金員の額を損益相殺等として損害額から控除することは、民法708条の趣旨に反するものとして許されないとした事例（【90】、【92】）
- ・1年間居住していたマンションについて、売買契約が取り消された事案において、売買代金相当額の請求を認容した事例（【114】）

(3) 検討会の議論状況

[損害賠償義務]

- ・ 現行の消費者契約法における不当勧誘行為規定は、事業者に一定の不当勧誘行為、具体的には誤認惹起行為と困惑惹起行為が認められる場合に、消費者取消権を定めているのみである。しかしながら、事業者の不当勧誘行為に対して損害賠償を請求できるということについても、消費者契約法に明定すべきではないか。例えば、消費者が断っているにもかかわらず、執拗に職場や住居に訪問や電話をして勧誘を続ける行為（いわゆる不招請勧誘、再勧誘）などは、仮に契約締結にまで至っていない段階であっても、消費者の私生活の平穩という権利利益を不当に害する迷惑な勧誘行為であることは明白ではないか。事業者が消費者の権利利益を不当に害する迷惑な勧誘行為をしてはならないこと、損害賠償義務を帰結する行為であることを消費者契約法に明定しておくことは、消費者の権利利益の擁護、不当勧誘行為の抑止という観点から意義が大きいものと考えられる。
- ・ 事業者の不当勧誘行為を理由とした消費者取消権の行使が可能な場合であっても、事案によっては、取消権を認めただけでは消費者の救済として不十分な場合もある。さらに、事案によっては、契約を取り消さずに維持したまま損害賠償請求のみを行った方が、消費者被害の救済という観点に資する場合もある。そのような観点からも、損害賠償義務の明定が前向きに考えられるべきである。

[不当利得返還の範囲]

- ・ 給付が役務の場合には、その契約が取り消されても、現物返還が不可能なので、消費者は受けた役務の客観的価値を金銭で返還することになる。もっとも、消費者の事業者に対する支払済みの対価が社会的に相当な額である限り、両者は相殺され、清算の必要がなくなる。しかし、このような結論は、既履行の分は取消しをした意味がなくなり、取消権の行使を認める意義が半減する。これでは、詐欺や不実告知等をした事業者の「やり得」を許すことになる。不当勧誘の抑止にも支障が生じる。そこで、詐欺・強迫による取消しや消費者契約法における誤認・困惑による取消しの場合に、消費者が厳格な価値返還義務を負うとして取消権付与が無意味化するような事態は避ける必要がある。
- ・ 給付が役務の場合に取消権行使の無意味化を避ける方法としては、クーリング・オフの清算規定を参考にすべきとの意見もある。しかし、特定商取引法上のクーリングオフの規定が同法の過量販売解除の場合に準用されているのに対して、不実告知ないし事実不告知の場合には準用されていないことからすると、消費者契約法上の取消し等の場合にクーリングオフの清算規定に準じた扱いをすることには無理があるように思われる。そのため、事業者が悪質な勧誘行為から利得することを制限す

る方向の清算規定を消費者契約法に規定する必要がある。その規定内容としましては、この問題に関する裁判例が、契約の必要性自体について誤認を惹起されているケースや困惑ケース、反倫理的な勧誘ケースは事業者の利得を許さないという態度を示していることからして、このような場合につき、消費者の返還義務を縮減ないし免除する規定を新設することが考えられる。

- ・ 取消後の清算規定の必要性は、実務的に非常に重要な問題である。せっかく取消が認められても結果として実質的に無意味といったことにならないように、法整備が必要である。

▶ 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）

（１）問題の所在

現行法は、不当勧誘行為に関して、誤認類型（不実告知、断定的判断の提供、不利益事実の不告知）と困惑類型（不退去・退去妨害）を規定しているところ、必ずしもこれらの類型に当てはまらないものとして、いわゆる不招請勧誘や適合性の原則、状況の濫用、暴利行為等についても、消費者契約法の適用を認めるべきものがあるとの指摘がある。もっとも、これらについては、適合性の原則、状況の濫用、暴利行為といった用語の具体的内容や棲み分けが必ずしも明確ではないため、本報告書においては、厳密な使分けをせずに、幅広く事例を検討することとする。

（２）関連事例

ア．事例の傾向

不当勧誘行為に関する一般規定に関連する事例をみると、おおむね以下の要素を組み合わせた類型であると考えられる。

すなわち、①商品・役務が複雑、②合理的な判断能力の不足（属性を利用、又は（不安を煽る等）当該事情を作出）、③過大な不利益（対価として不相当、必要な量を超える商品、又は財産状況に比して高額など）、④（断れない状況の作出などによる）強制的な契約締結、という要素を組み合わせた類型が考えられる。

イ．裁判事例及び相談等事例

（裁判事例）

不当勧誘行為に関する一般規定に関連する裁判例をみると、基本的に

は②及び③の要素の組合せの類型であり（【19】、【22】、【32】、【53】、【58】、【67】、【74】、【75】、【80】、【93】、【94】、【95】、【96】、【97】、【107】、【111】、【135】、【168】、【170】）、その他、さらに①の要素をも組み合わせる類型（【126】）、③の類型（【91】、【151】）、④の類型（【146】）が見られた。

また、「②合理的な判断能力の不足」を基礎付けると考える具体的な内容は、精神遅滞（【19】）、認知症（【53】、【67】、【75】）、高次脳機能障害（【58】）、うつ病（【96】、【107】）、統合失調症（【126】）が認められる場合や、高齢で病気である場合（【94】）、当該契約に関する知識に乏しい場合（【22】、【168】）、社会経験が乏しい場合（【111】）、断れない性格（【80】）、難病の家族の治癒を願って藁をもすがる思いにある（【170】）といった個人の属性として合理的な判断能が不足している場合のほか、宗教的行為を行わないことによる害悪の告知により不安を煽られる場合（【32】、【74】、【93】）や恋人商法の場合（【135】）といった相手方事業者によって合理的な判断ができない事情が作出される場合が考えられる。

[参考]

- 【19】 ②（属性を利用/精神遅滞）、③（必要な量を超える商品）
- 【22】 ②（属性を利用/知識・経験不足）、③（対価として不相当）
- 【32】 ②（当該事情を作出/宗教）、③（対価として不相当）
- 【53】 ②（属性を利用/認知症）、③（必要な量を超える商品・財産状況に比して高額）
- 【58】 ②（属性を利用/高次脳機能障害）、③（対価として不相当）
- 【67】 ②（属性を利用/認知症）、③（対価として不相当）
- 【74】 ②（当該事情を作出/宗教）、③（財産状況に比して高額）
- 【75】 ②（属性を利用/認知症）、③（対価として不相当）
- 【80】 ②（属性を利用/断れない）、③（必要な量を超える・財産状況に比して高額）
- 【91】 ③（対価として不相当）
- 【93】 ②（当該事情を作出/宗教）、③（対価として不相当・財産状況に比して高額）
- 【94】 ②（属性を利用/高齢・病気）、③（対価として不相当）
- 【95】 ②（属性を利用/従業員）、③（必要な量を超える・財産状況に比して高額）
- 【96】 ②（属性を利用/うつ病）、③（必要な量を超える）
- 【97】 ②（属性を利用/従業員）、③（必要な量を超える・財産状況に比して高額）
- 【107】 ②（属性を利用/うつ病）、③（必要な量を超える）
- 【111】 ②（属性を利用/社会的経験が乏しい）、③（財産状況に比して高

額)

【126】① (商品・役務が複雑)、② (属性を利用/統合失調症)、③ (財産状況に比して高額)

【135】② (当該事情を作出/恋人商法※脅迫・監禁もあり)、③ (財産状況に比して高額)

【146】④ (強制的な契約締結/家族への危害)

【151】③ (対価として不相当)

※特約について、暴利行為であり無効とした

【168】② (属性を利用/知識・経験不足)、③ (対価として不相当)

【170】② (属性を利用/家族の病・困窮)、③ (対価として不相当)

(相談事例)

不当勧誘行為に関する一般規定に関連する相談等事例の傾向として、以下のように整理することとする。

①合理的な判断能力の不足(属性を利用、(不安を煽る等)当該事情を作出)

・不安を煽る商法：

(i)「悪いものがついている」「息子の病気がひどくなる」等と不安を煽った上で祈祷、浄財の支払、献金など宗教に関する支払を求めるもの(【80】、【91】、【126】)、

(ii)「地震が来ると倒壊する恐れがある」「雨漏りがする」「基礎木が腐っている」「シロアリがいる」等と指摘してリフォーム工事の契約を締結するもの(【66】、【67】、【92】)

(iii)パソコンの画面に「エラーが発生」「パソコンが脅威にさらされている」などの警告表示が表示され、セキュリティソフトの購入を促すもの(【88】、【89】)

・善意を利用して未公開株、老人ホーム利用権などの購入に当たって名義貸しをさせるもの(後に刑事事件への発展を示唆する等して不安を煽るものを含む)(【84】、【90】、【115】、【116】、【117】、【118】)

・デート商法(【94】(20歳3ヶ月男性に110万円のダイヤ)、【104】(100万円前後のダイヤモンドのネックレス)、【105】(マンション)、【119】(マンション)、【120】(マンション)、【121】(マンション)、【122】(マンション)、【128】(マンション)、【129】(28歳男性にネックレス等))

・電話による勧誘(勤務先への執拗な電話(【78】)、執拗な電話(【83】)、長時間の電話(【93】)、夜間の電話【114】)

・誤解の利用(既に契約しているプロバイダからのプラン変更の勧誘だという誤解をした事例(【85】)、終身保険について定期預金の一類型だと

いう誤解をした事例（【139】）

- ・長時間勧誘（【96】）
- ・占い師による洗脳（【102】）
- ・認知症患者に対する勧誘（【123】（100万円の投資）、【130】（SF商法で大量の健康食品）、【140】（合計350万円のふとん等の次々販売）、【141】（新聞を三社と契約））
- ・高齢者に対する勧誘（【107】（着物の過量販売）、【124】（150万円の投資）、【125】（契約金400万円のアフィリエイト）、【127】（金のアクセサリーの訪問購入）、【132】（合計2200万円の呉服等）、【133】（合計3424万9378円の宝飾品等）、【134】（金地金・プラチナ地金）、【138】（終身保険）、【142】（合計720万円の商品））
- ・うつ病患者に対する勧誘（【135】（マンション））
- ・知的障害者に対する勧誘（【136】（ネックレス））

② 過大な不利益（対価として不相当・必要な量を超える商品・財産状況に比して高額など）

- ・過量販売（【131】（複数の事業者が群がるように合計500万円のリフォーム等））
- ・100歳を超えてから現物を受け取ることができる金地金（【137】）

③（断れない／断りづらい状況の作出などによる）強制的な契約締結

- ・一方的に商品等を押し付ける方法（送り付け商法（【77】、【79】、【81】、【86】、【87】）、物を置いていく方法（【82】））
- ・手術台の上での契約（【95】、【108】）
- ・友人関係などの断りづらい人間関係を利用した商法（【106】（友人・セミナー）、【109】（友人・投資用DVD）、【110】（友人・投資用DVD）、【111】（先輩・投資用DVD）、【112】（先輩・投資用DVD）、【113】（同級生・ネットワークビジネス））

（3）検討会の議論状況

- ・高齢者、若者、障害者などに対する販売が行われ、紛争が多数生じている。知識、経験、資産、職業などを考慮する適合性原則を消費者契約法に導入する必要がある。少なくとも特商法の指示行為を踏まえた考え方を取り入れる必要がある。
- ・消費者の判断力の不足等につけ込んだ不当勧誘行為によって締結された消費者契約の効力を否定し、消費者被害を救済するという民事ルールを、今回の消費者契約法の見直しで付加すべきである。現在の訴訟実務

では、このようないわば消費者の判断力の不足等につけ込んだ不当勧誘事例について、民法の公序良俗規定で対処している。これは、つけ込み型の不当勧誘事例を規律した法規範が消費者契約法等にないもので、やむなく民法の一般規定で消費者被害の救済を図っているものである。しかし、公序良俗規定は、抽象的で、要件も不明確で、裁判官の判断にも幅があり、裁判結果の予測も困難である。このような一般規定で、消費者契約の効力が個別的に決まるというのは、消費者にとっても、事業者にとっても、予見可能性や法的安定性という点で問題がある。しかも、これからの我が国における高齢化社会を見据えた場合、消費者の判断力の低下等につけ込んだ不当勧誘事案は、ますます増加していくと思われる。以上のような観点から、つけ込み型の不当勧誘事案に対応する法規範について、立法の必要性は高い。

- つけ込み型の不当勧誘事案に対応する法規範の在り方について、困惑類型の拡張だけでは不十分である。判断力の低下等につけ込んだ不当勧誘事案については、困惑類型の拡張とは別に考えるべきである。その具体的な要件であるが、「著しく過大な利益」「著しく過大な利益」といった要件は不相当と考えられる。高齢者の判断力の低下等につけ込む不当な勧誘行為で取得した不当な利益であっても、著しく過大でなければ保持してもよいといった結論は、社会正義に反する。つけ込み型の不当勧誘事案に関する法規範の要件としては、「消費者の判断力の不足等につけ込んで契約をさせた」「事業者が当該契約によって本来ならば取得できないはずの不当な利益を取得した」という点に着目されるべきである。
- 従来裁判例のみを見る限り、消費者契約に関しては、「経験の不足」「知識の不足」のほか、抑圧状態や判断力の低下の利用が主として問題になっている。そのため、これらの要素を例示しつつ、「その他の消費者が当該契約をするかどうかを合理的に判断することができない事情があることを不当に利用してされた」という要件を定めて、消費者契約を無効とする一般条項類似の規定を定めることが考えられる。
- 消費者契約法で暴利行為準則を具体化した規定を明文化するとしても、客観的要素に関しては、一般準則を変更する必要はない。したがって、客観的要素に関しては「事業者に不当な利益を得させ、又は消費者に不当な不利益を与える」と定めるべきだと考えられる。
- 消費者契約法は、情報、交渉力の格差の是正を目的としている。民法で従来議論されてきた暴利行為論が持っているような客観的要件が、消費者契約において同程度に必要なのか。暴利行為準則が民法に規定されるということになった場合に、それとほぼ同様の内容の規定が消費者契約法に置かれる、あるいは、消費者契約法に規定されずに、民法の規定がそのまま消費者契約に適用されるとなると、消費者にとって厳しい規律

になるのではないか。そういう意味からすると、民法で暴利行為準則が規定されたとしても、消費者契約に適合した形での消費者契約法における暴利行為の規制があり得る。

- 消費者契約法では救済が困難な場合がある。このようなときには、最終的に民法 90 条の公序良俗違反の規定に頼らざるを得ないが、公序良俗規定はもともと民法の規定である関係で、消費者契約に妥当するルール、使いやすいルールになるように、この点について消費者契約法に適合したような解釈準則や規定内容を考えるべきではないか、というのが問題意識である。
- 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。
- それぞれがそれほど不当性が高くないとしても、全体として見て、高額な被害が発生している事案もある。個別の勧誘、約款という切り口だけではなくて、取引全体を捉えるような考え方もあって良いのではないか。

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1項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）

- ・ 第8条第1項第2号については、軽過失の場合は一部免責が可能となっている。ただ、人身被害について一部であっても免責を認めるのは不適切ではないか。また、一部免責が全部免責に近い形でなされた場合も問題になるのではないか。重過失の認定を柔軟に行って一部免責を認めないとか、第10条によって処理するとかが考えられるが、いずれも結論の予測がつきにくいので、解決方法としては不十分ではないか。
- ・ 第8条第1項第3号の不法行為は「民法の規定による責任」と限定されている。不法行為に関する特別法にも、第8条第1項第3号の規律を及ぼすべきではないか。
- ・ 第8条第1項第4号にも、「民法の規定による責任」の限定があることや、軽過失の場合には無限定に一部免除が認められてしまうことといった問題点がある。
- ・ 第8条第1項第5号は、同条第2項の代替物給付等によって適用が排除されるが、代替物の給付等では無意味なときは、原則どおり無効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（第9条第1号）

- 「解除に伴う」要件の要否

（1）問題の所在

法第9条第1号は、「解除に伴う」損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項を適用対象としている。

これに対しては、契約の終了事由は解除に限られず、解除以外の理由で契約が終了した場合に損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項が存在することから、「解除に伴う」場合に限定すべきではないとの指摘がある。（例えば、賃貸借契約の期間満了終了のように解除以外の理由で契約が終了した場合で適用される損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項）

(2) 関連事例

(裁判事例)

- ・ 賃貸借契約終了の翌日から明渡し済みまでの倍額賠償条項の有効性が争われた事案において、同条項は「本件契約解除そのものによって生じる損害賠償の額を予定したものではなく、本件契約の終了事由にかかわらず、本件契約終了後に借借人が本件建物を明け渡さないことに対する損害金の定めであるから消費者契約法9条1号の適用はな」とした事例 (【4】)。

➤ 「平均的な損害の額」の意義

(1) 問題の所在

第9条第1号は、解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、当該消費者契約と同種の解除に伴い当該事業者が生ずべき「平均的な損害の額」を超える場合は、その超える部分について無効とする旨を定めている。この「平均的な損害の額」は、当該業種における業界の水準を指すものではなく、当該消費者契約の当事者たる個々の事業者が生じる損害の額を問題とするものであるが(「逐条解説 消費者契約法」(第2版)209頁)、具体的な事案においてその額が明確ではないという指摘がある。

(2) 関連事例

ア. 事例の傾向

第9条第1号関係については、「平均的な損害の額」を超えるか否かが争点となる事例が大半であるが、そのほか、「平均的な損害の額」を超えるか否かの立証責任の在り方に関する事例や、「解除に伴」わない損害賠償額の予定に関する条項への適用の可否が争われた事例が見られた。

イ. 裁判事例及び相談等事例

(裁判事例)

「平均的な損害の額」を超えるか否かが争われた事例は、いわゆる学納金返還請求事例が多くみられるが、最高裁判所平成18年12月22日判決(【112】。以下「平成18年最判」という。))において、平均的損害の額について、一般に大学は、入学試験に合格しても入学手続を行わない者や入学手続を行

って在学契約等を締結した後にこれを解除しあるいは失効させる者が相当数存在することをあらかじめ見込んで、合格者を決定するなどし、また、補欠合格等によって入学者を補充するなどの措置を講じていることを指摘し、当該解除が織り込み済みといえる（解除されないことが客観的に高い蓋然性を持って予測される時点よりも前の解除である）場合には、原則として平均的な損害は生じないとされ、平成18年最高裁判決以降は、概ねこの規範に則った判断がされている（【20】）。また、学納金返還請求事案以外の事案でも、平均的な損害の額を判断するに当たり、中途解約があった場合の利益の補完手段等の有無を考慮している事例がある（平成18年最判以降：【13】、【23】、平成18年最判以前：【127】、【158】、【160】）。

なお、個々の事案における平均的な損害の内容は、当該契約に応じて定まるものであるため、一概に論じることができないが、ここでいう「損害」とは、債務不履行による損害賠償請求権の範囲を定める民法第416条を前提として、その内容を定型化するという意義を有するものであるとして、いわゆる相当因果関係の範囲内の損害をいうと判示した事例がある（【10】、【31】、【76】）。

このほか、平均的な損害の額を考えるにあたり、法は、「当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ」としているところ、その区分について、原則として契約条項にある区分に従うべきとする裁判例（【1】、【6】、【24】）と裁判所によって区分が設定された事例がある（【20】）。

そのほかの事例は以下のとおり。

- ・当該契約の解除に伴って実際に生じた損害をもって平均的な損害としたと考えられる事例（【33】、【73】）
- ・旅行者が本件契約を解除した場合には、同人は、①既に旅行者が提供を受けた旅行サービスの対価、②取消料、違約料その他の運送・宿泊機関等に対して既に支払い、又はこれから支払う費用の負担、③旅行者に対し、所定の取消手続料金及び同社が得るはずであった取扱料金を支払わなければならない旨を定める手配旅行契約約款について、法第9条第1号の「平均的な損害」の内容を一般的に定めたものであり有効とした事例（【36】）
- ・業界平均に依拠したと思われる事例（【76】、【139】）、【158】、【160】
- ・解除に伴う損害について、契約に先立って行った目的物の設置費用、契約締結に関する事務処理費用について、解除に伴う損害とはいえないとした事例（【85】）

（相談事例）

相談等事例において、「平均的な損害の額」の意義が問題となり得る事例

は、以下のとおりである。

- ・アパートやマンションの賃貸借契約で退去時に金銭を請求されたり敷金等を返還しないとされたりした事例（【146】、【147】、【148】、【154】、【160】、【161】、【162】）
- ・学童保育の解約時に金銭を請求されたり入園金を返還しないとされたりした事例（【145】、【149】、【150】）
- ・その他、解約時に一定の金銭を請求されたりいったん支払った金銭の返還を拒まれたりした事例（結婚式場（【143】）、調査会社（【144】）、セキュリティサービス（【151】）、納骨堂（【152】）、スポーツクラブ（【153】）、駐車場（【155】）、パソコンの修理（【156】）、受験講座（【157】）、手術（【159】）、旅行サイト（【160】）、）

（3）検討会の議論状況

- ・「平均的損害」については、わかりやすい算定基準及び条文にできないか、検討される必要がある。平均的損害に関する考え方は、法律家でもわかりにくく、裁判例も考え方にばらつきがある。したがって、わかりやすい算定基準及び条文にできないか、まず検討される必要がある。
- ・得べかりし利益を、平均的損害に含めて考えると、解除権を否定するのと同じ結果になる。この点については留意する必要がある。
- ・平均的損害の算定以前に、損害発生の有無という問題がある。損害が発生していない場合は、違約金をとること自体が許されない。損害が発生している場合に、平均的損害の額をどのように算定するかが問題となる。そして、立証責任が消費者と事業者のいずれにあるかが問題となる。

➤ 「平均的な損害の額」の立証責任の在り方

（1）問題の所在

個々の事業者に生じる損害の額の立証責任は、平成18年最高裁判決（【112】）が消費者に立証責任がある旨を判示しているものの、個々の事業者に平均的に生じる損害の内容は、事業者が把握しているものであり、消費者による立証は困難であるとして、事業者が立証責任を負うとすべきとの指摘がある。

（2）関連事例

ア. 事例の傾向

「平均的な損害の額」の立証責任に関連する事例をみると、おおむね以下の類型に分けられる。

「平均的な損害の額」を超えるか否かの立証責任については、平成 18 年最判（【112】）により、基本的には消費者が負うべき旨判示されており（もっとも、平成 18 年最判は、「事実上の推定が働く余地があるとしても」とし、事実上の推定が働く余地を残しているとの指摘がある。）、その後の裁判例は、これに沿った判断がされている。

イ. 裁判事例及び相談等事例

（裁判事例）

- ・平成 18 年最判に沿った判断をしている事例（【18】、【33】、【82】、【115】）
- ・民事訴訟法第 248 条の趣旨に従って裁判所が損害額を認定した事例（【160】 ※平成 18 年最判以前）

（相談事例）

「平均的損害の額」の立証において、事業者からの協力が得られなかった例として、

- ・学納金請求訴訟で、原告や裁判所からの求釈明にもかかわらず、被告大学が内部資料（会計書類）を提出さなかった事例（【163】）
- ・戸建住宅建築請負契約で、契約締結の 3 日後に解除したところ、総請負代金の 1.5%（75 万円）を請求された事例（裁判官に立証不十分と言われた）【164】

が挙げられる。

（3）検討会の議論状況

- ・平均的損害が業界の平均額であれば推測する余地がないではないが、当該業者にとっての平均額なので、事業者の説明してもらおうほかなく、相談現場での交渉は困難となる。
- ・平均的損害を消費者に立証させることは難しいのではないか。
- ・「平均的な損害の額」の立証責任は、事業者への転換が必要ではないか。事業者側の事情を消費者に立証させるということ自体無理があり、訴訟実務において、事業者から内部資料が証拠提出されないということは良く経験するとして、「平均的損害」の立証責任は、事業者が負うべきとする意見があった。

- ・ 平均的損害を消費者に立証させることは難しく、立証の困難性を救う方策として、事業者に対し、合理的な算定根拠を示す資料の提出を求めることができるべきとの見解があった。

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%の適正性

（1）問題の所在

第9条第2号は遅延損害金の上限を定めるものであるが、無効とすべき限度は、業種横断的に適用されるものとして、一定の妥当な水準に制限するという目的、市場取引の実情、民事上の債権に係る遅延損害金を定める他の立法例を踏まえて設定されるべきものであり（「逐条解説 消費者契約法」（第2版）212頁）、現行法においては年14.6%と定められている。しかしながら、消費者契約法は、平成12年に成立し、平成13年に施行されてから10年以上が経過しており、低金利の状況が長期間にわたって続いている現下の経済情勢を踏まえ、年14.6%という利率の上限を見直すべきとの指摘がされている。

（2）関連事例

近年、低金利の状況が長期間にわたって続いている現下の経済情勢を踏まえ、平成25年税制改正による延滞税の引下げや平成26年8月26日付民法（債権関係）改正に関する要綱仮案における民事法定利率の引下げの議論など、他の法分野においても、利率の引き下げが検討ないし採用されている。

（3）検討会の議論状況

- ・ 年14.6%という利率は、2006年の利息制限法の改正等を踏まえると高すぎるように思われる。

4. 消費者の利益を一方的に害する条項（第10条）

- 10条の前段要件の在り方（「任意規定の場合に比して、消費者の権利を制限し、又は義務を加重する」）
- 10条の後段要件の在り方（「民法1条2項に規定する基本原則に反して消

費者の利益を一方向的に害する)

(1) 問題の所在

第10条は、消費者契約における不当条項に関する一般条項であるが、一般条項として多くの事例に対して適用される可能性を確保する観点から、その文言は抽象的にならざるを得ない。しかし、抽象的な文言ゆえに、その適用の有無が曖昧で分かりにくいという指摘がなされている。

(2) 関連事例

ア. 事例の傾向

第10条については、最高裁判決がいくつか出されている。

- ① 最高裁平成23年7月15日判決（民集65巻5号2269頁）【37】
 - ・第10条前段の「任意規定」には、明文の規定のみならず、一般的な法理等も含まれると解するのが相当とした。
 - ・更新料特約に関し、賃貸借契約書に一義的かつ具体的に記載された更新料の支払を約する条項は、更新料の額が賃料の額、賃貸借契約が更新される期間等に照らし高額に過ぎるなどの特段の事情がない限り、消費者契約法第10条後段要件に当たらないとした。
- ② 最高裁平成23年7月12日（裁判集民237号215頁）【40-2】
 - ・消費者契約である居住用建物の賃貸借契約に付されたいわゆる敷引特約は、保証金から控除されるいわゆる敷引金の額が賃料月額の3.5倍程度にとどまっており、上記敷引金の額が近傍同種の建物に係る賃貸借契約に付された敷引特約における敷引金の相場に比して大幅に高額であることはうかがわれないなど判示の事実関係の下では、消費者契約法第10条により無効であるということはできないとした。
- ③ 最高裁平成23年3月24日判決（民集65巻2号903頁）【40】
 - ・消費者契約である居住用建物の賃貸借契約に付されたいわゆる敷引特約は、信義則に反して賃借人の利益を一方向的に害するものであると直ちにいうことはできないが、賃借人が社会通念上通常の使用をした場合に生ずる損耗や経年により自然に生ずる損耗の補修費用として通常想定される額、賃料の額、礼金等他の一時金の授受の有無及びその額等に照らし、敷引金の額が高額に過ぎると評価すべきものであるときは、当該賃料が近傍同種の建物の賃料相場に比して大幅に低額であるなど特段の事情のない限り、信義則に反して消費者である賃借人の利益を一方向的に害するものであって、消費者契約法第10条により無効となるとした。

イ. 裁判事例及び相談等事例

(裁判事例)

上記平成 23 年 7 月 15 日最判は、後段要件について、「当該条項が信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものであるか否かは、消費者契約法の趣旨、目的（同法 1 条参照）に照らし、当該条項の性質、契約が成立するに至った経緯、消費者と事業者との間に存する情報の質及び量並びに交渉力の格差その他諸般の事情を総合考量して判断されるべき」と判示している。

もっとも、規範的な要件であるため、具体的な事例への適用は、当該事案に即した諸般の事情が考慮要素となる。

そこで、後段要件の適用に関する裁判例を見ると、以下のようなものがある

- ・ スイス連邦法を準拠法として設立された銀行である被告に口座を開設して金銭を預託し、被告から投資の勧誘を受け株式を取得した原告らが、損害賠償を求めたところ、スイスのチューリッヒの裁判所を第一審の専属的管轄裁判所とする管轄合意の効力を争った事案において、原告らの資力からすれば、チューリッヒで訴訟追行をすることが著しく困難で、看過し難い損害を受けるとは認められないとし、また、本件管轄合意の内容、成立経緯などに照らし、被告が、原告らとの間の情報や交渉力の格差を利用して、殊更原告らに一方的に不利益な内容の合意をさせたなどの事情も認められないとして、第 10 条後段要件に当たらないとした事例（【3】）
- ・ 賃貸借契約終了後の明渡遅滞の損害賠償額の予定条項について、条項の合理性や、本件損害金条項の適用を回避するには、明渡しという基本的義務を履行することで足りることなどから、第 10 条後段に該当しないとした事例（【16】）
- ・ 高齢者介護サービス付賃貸マンションに係る入居金償却特約の有効性について争われた事案において、当該特約は、重大な病気を抱えた高齢者の健康上の弱みにつけこみ、虚偽の事実を告げて、控訴人に本件入居金 600 万円を払い込ませ、1 年毎に 120 万円ずつを取得するものであるとして、本件償却特約が法第 10 条後段に該当するとした事例（【51】）
- ・ 土地売買契約の瑕疵担保責任を引渡日から 3 か月とする特約の有効性が争われた事案において、被告代表者の兄である B が、本件土地に皮革等の燃え殻を埋設し、その後、被告代表者が、本件土地を買い受け、被告に対し、本件土地を売却したこと、被告が原告に売却する際、本件土地の従前の利用方法や埋設物の有無等の確認を求められたのに対し、居住のみに使用しており、問題はない旨回答し、埋設物の可能性を記載することなく物件状況等報告書を交付したこと等を踏まえ、法第 10 条に

より無効とした事例（【54】）

- ・ 民事調停においてされた更新料に係る合意に関し、法第 10 条により無効となるかが争われた事案において、本件合意は調停条項という通常の書面よりも信用性の高い書面によって意思確認されているものであるとして、同条の主張を採用しなかった事例（【14】）
- ・ 条項の明確性（透明性）、予測可能性を考慮する事例（【63】、【68】、【72】、【123】）
- ・ 契約当事者の情報力・交渉力の格差を考慮する事例（【71】、
- ・ 当該条項がどのような場面で適用されるかを考慮する事例（【16】、【110】
- ・ このほか、法第 9 条第 1 号との関係について、「同号によって無効とならない部分が、同法 10 条にいう「民法第 1 条第 2 項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するもの」に該当しないことは明らか」とした事例（【112】）
- ・ 売主である消費者の瑕疵担保責任を加重する特約について、前段要件のみ認定し、後段要件を基礎付ける具体的事実を摘示しないで法第 10 条により無効である事例（【120】）

（3）検討会の議論状況

第 10 条の前段要件及び後段要件については、抽象的でわかりにくく、具体的な文言にすることが望ましいとの意見があった。これに対しては、必ずしもわかりにくくないとの意見、抽象的であるために、柔軟な適用が可能となっているとの意見があった。

5. その他

➤ 中心条項への適用

（1）問題の所在

不当条項規制の対象については、価格や目的物の性質など契約の中心部分に関する条項（以下「中心条項」という。）は双方の当事者が契約内容の形成に参与する機会が十分に保障されていると考えられることから、不当条項規制の対象とならないとする考え方が一方、中心条項であっても一方の当事者にとって理解することが困難な場合があり得ることや、中心部分と付随部分の区別が困難であることなどから、中心条項を除外すべきでないという考え方もある。

(2) 関連事例

中心条項への適用に関連する事例をみると、裁判例において、中心条項への適用について言及したものがあり（【1】、【24】）、いずれも不当条項規制の中心条項への適用を否定している。

▶ 不当条項リストの追加の要否・在り方

- ①人身損害について事業者の責任を免除又は制限する規定
 - ②消費者の同時履行の抗弁権・留置権を排除又は制限する規定
 - ③事業者が正当な理由なく自己の債務を履行しないことを許容する規定
 - ④消費者の相殺権を排除する規定
 - ⑤消費者の解除権・解約権・取消権を制限する規定
 - ⑥事業者に不相当な解除権・解約権を付与する規定
 - ⑦事業者に対する訴訟提起の期間を不相当に短くする規定
 - ⑧専属的裁判管轄合意規定
 - ⑨仲裁条項
 - ⑩金銭消費貸借契約の期限前弁済における利息相当額の賠償を求める規定
 - ⑪サルベージ条項
 - ⑫消費者に不相当な先履行を求める規定
 - ⑬立証責任を転換する規定
 - ⑭事業者による自力救済を認める規定
 - ⑮事業者の負担を消費者に転嫁する条項
 - ⑯消費者の行為を制限する規定
 - ⑰消費者に高額な損害賠償をさせる規定
 - ⑱消費者に責任がない事項についても責任を負わせる規定
 - ⑲不当条項が含まれているとしても同意する旨の規定
 - ⑳事業者に一方的な権限を認める規定
- など

(1) 問題の所在

現行法上第10条が不当条項に関する一般条項であり、第8条及び第9条が不当条項リストに位置づけられる。第8条及び第9条に定められている不当条項に該当しない条項が不当であるか否かは、一般条項である第10条によって判断されることになる。しかしながら、第10条は一般条項であるから、その適用の有無が必ずしも明確ではなく、第8条及び第9条以外にも不当性がある条項を類型化できるのであれば、それを具体的に定めることによって、許

されない条項をより明確にすべきではないかということが指摘されている。

(2) 関連事例

(裁判事例)

⑤消費者の解除権・解約権・取消権を制限する規定

- ・借主が本件契約を解除する場合には、解約日の3か月前に解約届を提出しなければならず、これに違反した場合には、賃料と共益費の合計額の6か月分を貸主に保証する旨の約定及び借主が貸主に一旦支払った礼金や家賃又は共益費は一切返還しない旨の約定の有効性が争われた事案において、同約定は法第10条により無効とされた事例（【141】）
- ・大学受験予備校の普通講習受講契約、年間模試受験契約及び冬期講習受講契約における各受講契約の取消しや受講コースの変更等を一切認めない旨の特約の有効性が争われた事案において、同特約は、法第10条により無効とされた事例【147】

⑧専属的裁判管轄合意規定

- ・金銭消費貸借契約における専属的合意管轄の特約がある事案について、専属的合意管轄のある裁判所と異なる裁判所に訴えが提起された場合であっても、訴訟の著しい遅滞を避け、又は当事者間の衡平を図るために必要があると認めるときには、民訴法第16条第2項及び第17条の趣旨を類推し、当該訴訟を移送しないことが許されるとした事例（【100】、【102】（過払金）、【118】（過払金）、【129】（過払金）、【143】、【152】）
なお、このうち【152】は、専属的管轄合意規定について、「資金が逼迫して原告から融資を受けざるを得ない多くの比較的零細な資金需要者（債務者）として、原告が定めた以外の内容による管轄の合意をする余地などなく、このことと、原告が原告手形に基づき提起する手形訴訟及び貸金請求訴訟等が、上記のような属性を有することに照らすときは、これは、要するに、被告（債務者）の無思慮急迫状況のもとにされた管轄の合意として無効というべきである」とし、さらに、「本件管轄合意条項は、原告手形の支払地、振出地及び被告（債務者）の住所地いかんにかかわらず、原告が全国に散在する上記五〇箇所の本支店所在地を管轄するいずれかの裁判所を任意に一方的に選択して訴えを提起することを可能とする内容の管轄合意なのであって…（中略）…それ自体、一般的に被告から実質的な防御の機会を一方的に奪うものとして管轄の合意としては無効と解すべき」としている。
- ・生命保険普通保険約款による義務履行地の定めの有効性が争われた事案において、同規定は実質上専属的合意管轄を定めたものであるとし、「およそ専属的合意管轄のように、相手方と対等の立場にない経済的弱者

ともいふべき保険契約者に不利に、しかも同人が十分にその意味を理解することなくしてなされたものと推測されるものについては、その効力を有しないものとみるのが相当」とした事例（【169】）

⑳事業者に一方的な権限を認める規定

- ・債権保全を必要とする相当の事由があるときには被控訴人の請求により期限の利益を失う旨の約款規定の有効性が争われた事案において、債務者の期限の利益喪失の合意は契約自由の原則上有効であり、消費者契約法の趣旨や民法1条2項に照らしても、本件約款の効力を否定することはできないとした事例（【156】※消費者契約法施行前事例）

(相談等事例)

不当条項リストの各類型との関係で問題となる事例(規定)は以下のとおり。

①人身損害について事業者の責任を免除又は制限する規定

- ・スポーツクラブ（【166】）
- ・老人ホーム（【167】）
- ・ゲーム施設（【168】）

③事業者が正当な理由なく自己の債務を履行しないことを許容する規定

- ・コインパーキングの釣銭支払義務（【54】）
- ・探偵業者の調査義務（【169】、【175】、【177】）
- ・駐車場賃貸借契約における賃貸人(管理会社)の駐車場を使用させる債務（【171】）
- ・通販業者の債務不履行責任（【170】）
- ・建築業者の保証債務（【172】）
- ・マンション販売業者の契約時の設計どおりのマンションを引き渡す債務（【173】）
- ・旅行業者の返金債務（【174】）
- ・ペット販売業者の瑕疵担保責任（【176】、【178】）
- ・マンション賃貸業者の返金債務（【179】）
- ・探偵業者の返金債務（【180】）

⑤消費者の解除権・解約権・取消権を制限する規定

- ・未成年者の保護者の同意を擬制する規定（【181】）
- ・県外への移転でなければ解約できないとする規定（【182】）
- ・冬期にアパート賃貸借契約を解約すると家賃1か月分の違約金を支払わなければならないとする規定（【183】）
- ・賃貸マンション契約において、3月に退去する場合は10日までに退去しなければならないとする規定（【184】）
- ・賃貸マンション契約において、借主の都合による期間内解約の場合は敷金を返金しないとする規定（【185】）

- ・本人死亡等の事由を除いては解除を認めない規定（【186】）
- ・契約後のキャンセル・返品、返金、交換は一切できないとする規定（【187】）
- ・通信販売契約において瑕疵がある場合等にも返品を7日間に制限する規定（【188】）
- ・通信販売契約において返品を30日以内に制限する規定（【189】）
- ・歯科診療契約において解約を7日間に制限する規定（【190】）
- ⑥事業者には不相当な解除権・解約権を付与する規定
 - ・事業者がサービスを一方的に終了させることができるとする規定（【191】）
 - ・事業者が不正品の疑いを抱いた場合に古物買取契約を解除する旨の規定（【192】）
 - ・家賃債務保証会社に賃貸借契約の解除権を与える規定（【193】）
 - ・アパート賃貸借契約における家賃を1か月滞納した場合に鍵を交換して家財道具をすべて処分できるとする規定（【194】）
 - ・消費者からの解約は注文から2時間以内しか認められないのに、通販業者からの解約は注文から2時間以降も認められる規定（【195】）
 - ・家賃債務保証会社の、契約から1か月以内に電話をもたない場合は契約解除する旨の規定（【196】）
 - ・単身者専用のマンション賃貸借契約における妊娠した場合には退去しなければならないとの規定（【197】）
 - ・賃貸借契約の無催告解除（【198】、【200】、【201】）
 - ・商品販売予約契約における入庫後1週間経過後も商品を受領しない場合はキャンセル扱いになる規定（【199】）
 - ・自動車売買契約における必要書類、代金の支払いを遅滞したときは解約扱いとなる規定（【202】）
- ⑧専属的裁判管轄合意規定
 - ・ソフトウェア及びサービスに関する規約（【203】）
 - ・ネットワーク利用規約（【204】）
 - ・ゲームサービス利用規約（【205】）
- ⑩サルベージ条項
 - ・「法令の定めがある場合」に会費が減免される規定（【206】）
 - ・「法律で許容される範囲において」免責（【207】）
 - ・「お客様の地域法で許容される範囲において」免責（【208】）
 - ・「裁判所において本規約のある規定が無効または執行不能とされた場合には」限定解釈（【209】）
- ⑫消費者に不相当な先履行を求める規定
 - ・標準3年課程の通信教育で高額の教材を契約時に一括購入（【210】）
- ⑬立証責任を転換する規定
 - ・保険契約における偶発性の立証責任（【211】）

- ⑭事業者による自力救済を認める規定
 - ・賃貸借契約における鍵の交換、残置物の処分等（【212】、【213】、【214】、【215】）
- ⑮事業者の負担を消費者に転嫁する条項
 - ・賃貸借契約における通常損耗の原状回復義務の転嫁（【216】、【218】、【219】）
 - ・建築中の建物の滅失による危険の転嫁（【217】）
- ⑯消費者に高額な損害賠償をさせる規定
 - ・コインパーキングのチケット紛失により高額の料金が徴収される規定（【221】、【233】）
 - ・自動車売買契約で必要書類の提出遅延 1 週間毎に 1 万円の損害金を免れないとする規定（【222】）
- ⑰消費者に責任がない事項についても責任を負わせる規定
 - ・アパートの賃貸借契約で出火の原因は入居者が全て負うとする規定（【223】）
- ⑱不当条項が含まれているとしても同意する旨の規定
 - ・【224】
- ⑳事業者に一方的な権限を認める規定
 - ・弁護士に対して和解内容を一任する旨の規定（【225】）
 - ・賃借人の車両の移動あるいは駐車位置の変更を行うことができる旨の規定（【226】）
 - ・支払期日以外に請求があった場合でも速やかに現金で支払う旨の規定（【227】）
 - ・事業者に一方的な契約解釈権限を与える規定（【228】、【229】、【230】）

（3）検討会の議論状況

[不当条項リスト一般]

- ・ 不当条項のリストを作成することには賛成である。許されることと許されないこととの区別が明確になることは事業者にとっても望ましい。しかし、リストを法定することについては懐疑的である。法定化すると、現実に合致しない状況が発生する。とくにインターネットの分野は変化が非常に早いので、その危険がとくに大きい。アメリカの F T C がやっているように、法律では抽象的な文言にとどめ、あとは民間主導のガイドラインで具体化し、ある程度固定化されれば、指針という形でオーソライズするという形が望ましい。
- ・ 適用範囲が良く分からない規制だけがあって、具体的にどの契約条項がそれに当たるのかがわからない状況は困るとの意見があるが、今がその状況ではないか。第 10 条という抽象的な規範があって、それを具現化し

た不当条項リストが2条しかない中で、難しい規定ぶりの10条という法規範に当てはまるのか、当てはまらないのかを個別具体的に事業者が考えないといけないというのが今の状況である。不当条項リストの制定は、予見可能性を高める、法的安定性を高めるという観点でメリットがあるということを、改めて指摘したい。

[サルベージ条項について]

- 包括的な免責条項が無効になる前提の下で、包括的な免責条項ではあるけども、「法令の定めがある場合を除き」等の文言を挿入することで、無効になることを回避する手法がある。このような手法が用いられた条項は、条項が不明確であるし、何も知らない消費者にリスクを押し付けることになるので、ドイツでは、このような文言が挿入されていても、条項を全部無効にすべきとの意見が強い。

第6. その他

1. 約款規制

- ▶ 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）

（1）問題の所在

約款は、社会において広く利用されているが、どのような条項が約款に該当するのか（定義）、どのような場合に約款に法的拘束力が認められるのか（組入要件）、予想できない不利益な条項が約款に含まれていた場合にその条項に法的拘束力が認められるのか（不意打ち条項）、どのような手続により約款を変更できるのか（変更要件）などが法律によって定められていない。そこで、約款に関するこれらの規律を法律で定めるべきとの指摘がされている。

（2）関連事例

（裁判事例）

① 約款の組入要件、変更に関する事例

- ・現役従業員につき退職時に適用されるべき福祉年金制度を改廃する場合があることを定めた社内規程の有効性が争われた事案において、あらかじめ年金規程の内容を知り得る機会や手段が確保されていること、制度に変更が生じ得ることが予測不可能とはいえないこと、多数の契約関係の画一的、合理的処理という年金規程の目的を勘案すれば、年金規程の書面を現実に交付しなければ、契約内容を年金規程によらせることができず、被控訴人が容易に年金規程の書面を現実に交付し得たか否かも、年金規程の拘束力を左右する事情とはいえないとした事例（【110】）
- ・運送約款の拘束力について、当事者双方が特に運送約款によらない旨の意思を表示しないで契約を締結したときは、反証のない限り、その約款による意思をもって契約をしたものと推定されるとした事例（【155】）
- ・火災保険契約又は火災共済契約における地震免責条項の不意打ち条項として拘束力を持たないか否かが争われた事案において、（不意打ち条項というためには）「約款による契約全体からして、合理的な一般人において、想定することを期待することが不可能であることが必要と解されるころ、火災保険において、異常危険について免責条項があること、地震が異常危険に該当することを想定することは合理的な一般人に期待すること

が不可能とは言い難い」として条項を有効とした事例【159※消費者契約法施行前の事案】

(相談等事例)

約款に関する規律が問題となると考えられる相談等事例は以下のとおり。

①組入要件

- ・利用者は規約に同意したとみなす規定 (【231】)
- ・勧誘ページ・登録ページは日本語で、規約は英語で記載 (【232】)
- ・コインパーキングの自動販売機の裏に掲示された規約、看板の小さな記載や足元のステッカーの記載等 (【51】、【52】、【53】、【54】)

②不意打ち条項

- ・モニター申込みや無料購入の後、解約の手続を取らなければ定期購入となる旨の規定 (【60】、【234】、【235】)
- ・コインパーキングのチケット紛失により高額の料金が徴収される規定 (【221】、【233】)
- ・期間の定め(受験まで)のある家庭教師派遣契約で書面による通知がなければ自動更新とする規定 (【236】)

③変更

- ・ユーザーへの事前の通知なく変更し、ユーザーが変更後に利用した場合には変更後の規約に同意したものとみなす旨の規定 (【237】)
- ・携帯電話の保証サービスが変更された事例(1ヶ月間カタログとホームページで周知した) (【238】)

(3) 検討会の議論状況

- ・現代社会では、約款というものがいろいろな局面で使用されているので、約款をめぐる法律関係を規律する法律は必要である。特に、消費者契約においては必要である。具体的には、定義、組み入れ要件、不意打ち条項、不当条項規定、約款の変更といった法規範について考えられる必要がある。この点については、民法改正の動向を踏まえる必要があるが、もし民法に規定されない、もしくは十分なものが規定されないということになったときには、消費者契約法における立法を考える必要がある。

2. 抗弁の接続

➤ 第三者型与信契約における抗弁の接続の規定の要否

(1) 問題の所在

消費者契約において第三者が消費者に与信し、消費者がその与信を利用して消費者契約における対価の支払いを行うことがある。この場合に、消費者契約が無効・取消し・解除等を理由として法的効力を失ったときでも、消費者が与信した第三者に対し立替払金の精算を行わなければならないとすることは、消費者にとって過酷な結果となることがある。そこで、消費者は、契約相手である事業者に対して有している抗弁を、与信した第三者に対しても主張でき、これにより消費者は与信した第三者に対する立替払金の精算を免れるといういわゆる抗弁の接続の法理が主張され、割賦販売法に規定された。

しかし、最近では、割賦販売法の適用がないいわゆるマンスリークリア方式におけるトラブルが起きていることから、消費者契約法において、抗弁の接続の法理を規定すべきではないかと指摘されている。

(2) 関連事例

(裁判事例)

- ・割販法上の抗弁の接続と同趣旨の約定がある事案において、当該条項は消費者契約法第10条に反しないとした事例がある（【69】）。

3. 複数契約の解除

➤ 複数契約の解除の規律の要否

(1) 問題の所在

関連した複数の契約のうち、一つの契約が無効・取消し・解除等の理由で法的効力を失ったときに、他の契約をした目的が達成できなくなる場合がある。このような場合に、他の契約の法的効力について一般的に定めた規定はないが、は、同一当事者間の複数の契約のうち、一つの契約の不履行に基づいて複数契約全体の解除を認めた判例（【166】。最判平成8年11月12日民集50巻10号2673頁）がある。

事業者と消費者との取引においても、関連した複数の契約が締結されることが多くあることから、関連した複数の契約のうち、一つが法的効力を失った場合の他の契約の法的効力について、消費者契約法において一般的な規律を設けるべきという指摘がされている。

(2) 関連事例

(裁判事例)

- ・ 個品割賦購入あっせんにおいて、購入者と販売業者との間の売買契約が公序良俗に反し無効とされた場合における立替払契約の有効性が争われた事案において、販売業者とあっせん業者との関係、販売業者の立替払契約締結手続への関与の内容及び程度、販売業者の公序良俗に反する行為についてのあっせん業者の認識の有無及び程度等に照らし、販売業者による公序良俗に反する行為の結果をあっせん業者に帰せしめ、売買契約と一体的に立替払契約についてもその効力を否定することを信義則上相当とする特段の事情があるときでない限り、売買契約と別個の契約である購入者とあっせん業者との間の立替払契約が無効となる余地はないとした事例（【34】最高裁判決）
- ・ 相続税対策のための融資一体型の変額保険に加入するための銀行との間の消費貸借契約について、本件変額保険への加入とその保険料支払のための本件消費貸借契約とは、いずれか一方のみを実行し、他を残しても相続税対策のスキームとしては機能しないと、相続税対策として有用かどうかということは、本件変額保険のみならず本件消費貸借契約の要素でもあると認めるのが相当として、変額保険及び消費貸借契約は、いずれも錯誤により無効であるとした事例（複数当事者間における複数契約・【154】）
- ・ 甲乙間マンション売買契約と甲丙間ライフケアサービス契約が一体のものであり（マンションの購入者はライフケアサービスを締結してライフケアメンバーとなることが売買契約上必須の内容となっており、本件マンションの区分所有権の得喪とライフケアサービス契約のメンバーとなることは密接に関連づけられるとしている。）、後者の債務不履行を原因とする解除事由があれば両者とも解除し得るとした事例（複数当事者間における複数契約・【163】）
- ・ 同一当事者間の債権債務関係がその形式は甲契約及び乙契約といった二個以上の契約から成る場合であっても、それらの目的とするところが相互に密接に関連付けられていて、社会通念上、甲契約又は乙契約のいずれかが履行されるだけでは契約を締結した目的が全体としては達成されないと認められる場合には、甲契約上の債務の不履行を理由に、その債権者は、法定解除権の行使として甲契約と併せて乙契約をも解除することができる（同一当事者間の複数契約・【166】）
- ・ 不動産を顧客に分譲するとともに顧客から賃借する契約は、売買契約と賃貸借契約の混合契約であるが可分の契約であるとして、賃料の不払いによる契約全体の解除を認めなかつた事例（【167】）

(相談等事例)

複数の契約の関連性があるため、これらの解除に関する規律が問題となると考えられる相談等事例は以下のとおり。

- ・スマートフォンと、タブレット及びWiFi ルーター (【18】)
- ・パソコンとモバイル WiFi ルーター (【55】)
- ・投資用DVDの購入契約とその資金捻出のための借入れ (【109】、【110】、【111】、【112】)
- ・引越契約と同時にインターネット回線契約を締結すると引越代金が割引になるもの (【239】)
- ・アンテナ工事とテレビや映像機器の購入契約 (【240】)

➤ 継続的解約の中途解約権

(1) 問題の所在

継続的契約の解除については、単発的契約の解除とは異なる規律が妥当するとの指摘があり、とりわけ、消費者が事業者から継続的に役務を受領する継続的契約に関しては、特定商取引法等の特別法において消費者に契約関係を解消する権利を認める規定が設けられていたり、民法第 651 条を適用することにより役務受領者側の任意解除権を認めるという解釈が行われたりしていることから、消費者・事業者間の継続的契約については、消費者は将来に向けて契約を任意に解除することができることとすべきとの指摘がある。

(2) 関連事例

(相談等事例)

継続的契約の中途解約権に関する規律が問題となると考えられる事例は以下のとおり。

- ・新聞購読契約 (【241】、【242】)

(3) 検討会の議論状況

- ・ 継続的契約における解約の根拠を、長期の拘束は個人の自由を害するということに求め、また、継続的契約では契約締結時に前提とした事情が変更する場合も少なくないことから、継続的役務提供契約のみでなく継続的売買契約等の場合も含めて、継続的契約につき期間中の

解約が認められることを消費者契約法に規定しておくことが適切である。

- 問題となる継続的な契約が準委任契約に該当するのであれば解約できるものの、そうではないケースが多数ある。例えば、新聞購読のような継続的物品販売契約のケース、新しい無名契約とされるケース、継続的役務提供契約を権利売買契約に法律構成を変えた契約のケースなどである。これらのケースでは、必ずしも消費者の中途解約権が法文上にあるわけではないので、現場では非常に苦勞している。消費者契約である継続的契約の中途解約権については消費者契約法で明定する方向で考えるべきである。事業者との利益調整については、損害賠償金の定め方のところで調整するのが合理的である。残契約期間の対価全てを損害として認めれば中途解約権を認めないのと同じことになるので、特定商取引法第 49 条などの規定を参考にして、賠償金の規律も同時に考察されるべきである。