

■ 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
- VII. 結語

## 1. 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、これらの観点から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（裁判外紛争解決手続）事例など様々な事例を収集し、論点の整理を行ってきた。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。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、いわゆる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。

## 11. 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（裁判外紛争解決手続）事例など様々な事例を収集した。

裁判例は、委員から報告があったもののほか、ウエストロー・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日の時点で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で、最高裁判所の判断によって対応が図られていると考えられるものや、最高裁判所の判断を踏襲しているもの、他の特別法（例えば、商品先物取引法、金融商品販売法）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、消費者契約法の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。

裁判例以外の事例としては、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（裁判例を除く。）、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（裁判例以外の事例については、裁判所による事実認定及び法的判断を経たものではないことから、本報告書においては、このような事例を、裁判例とは区別して整理している。以下では、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、委員から報告があったもののほか、相談事例をPIO-NET<sup>1</sup>、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より、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。

---

<sup>1</sup> 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（IV.）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」と定義されている（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（同条第2項）。

もっとも、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」という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、「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、大別して、2つの類型に分けることができる。第1は、個人の消費者性が問題となる事案（「事業として又は事業のために」に該当し得るが、消費者性が肯定されるべきであるとの指摘がある事案）である。これに当たるものとしては、「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個人が「事業者」となる事案」、「③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。第2は、法人その他の団体の消費者性が問題となる事案（法人その他の団体であるが、消費者性が肯定されるべき、あるいは同様の規律を及ぼすべきであるとの指摘がある事案）である。これに当たるものとしては、「④実質的には消費者の集まりである事案」という類型が考えられる。さらに、個人・団体を通じて消費者性が問題となる事案として、「⑤相手方事業者との間に格差がある事案」という類型を抽出することができる。このほか、①～⑤のいずれでもないものがある。これを「⑥その他」とする。

## イ．裁判例及び相談等事例

### (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（【10】）

### (イ) ②相手方事業者との当該契約によって個人が「事業者」となる事案

（裁判例）

- ・原告（個人）が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（【24】）
- ・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（【126】）

（相談等事例）

- ・個人がフランチャイズ契約を締結して事業を開始した事案（盗聴器を探して取り外すサービス【1】、贈答品販売事業【9】）
- ・モデル所属契約と同時に、モデルとしての仕事をするための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ところ、研修受講費用が高額であった事例（【12】）
- ・収益用不動産の建築契約・購入契約の事例（【10】、【11】、【13】、【14】）

### (ウ) ③形式的には事業者だが事業の実体がないもの

（裁判例）

- ・電話機等のリース契約で、個人事業者として契約する形式が採られているものの、それまで営業していた塾は既に廃業していたという事案

【128】

(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】

(エ) ④実質的には消費者の集まりである事案

(裁判例)

- ・権利能力なき社団（大学のラグビーチーム）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【31】
- ・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【43】

(オ) ⑤相手方事業者との間に格差がある事案

(裁判例)

- ・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【27】
- ・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、消費者契約法を類推適用すべきと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として同法の類推適用を否定した事例【44】

(相談等事例)

- ・ドロップ SHIPPING やネット通販を始めたばかりの個人との間でSEO対策サービスの契約を締結した事例【3】、【5】
- ・小規模株式会社がホームページリース契約を締結した事例【6】
- ・菓子製造販売の個人事業主がホームページ作成を依頼した事例【8】
- ・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してスマートフォンを利用した広告用端末を販売した事例【15】

(カ) ⑥その他

(裁判例)

- ・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（【37】、【45】）
- ・連鎖販売取引におけ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（【42】）
- ・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（【92】）

(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や連鎖販売取引における考え方を踏まえて、「消費者」を広く捉えてほしい。
- ・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。
- ・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事例がたくさんあるように思われる。そのような事例でも、消費者契約法の保護を及ぼすべきである。
- ・同じ消費者保護法と言われながら、特定商取引法では保護が及んでいるにもかかわらず、消費者契約法の保護が及ぼされていない事例が少なくないという現状が良いのかどうかについて、考えられなければいけないのではないかと。
- ・（「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」について）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、消費者契約法が適用されて然るべきである。不当勧誘行為時に消費者ならば、消費者契約法の保護対象の「消費者」に当たるということを、法律等において明らかにしておく必要がある。
- ・（「②相手方事業者との当該契約によって個人が「事業者」となる事案」について）事業を行うための契約をして、開業したが、実質的に事業とはい

えない状況にある場合、事業を行うための契約について取消しを主張し得る事情があれば、消費者契約法を適用すべきである。

- ・（「④実質的には消費者の集まりである事案」について）大学生のスポーツクラブチームや同窓会が旅行業者と旅行予約契約を締結した場合のように、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あるが、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。そう考えないと、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る。
- ・（「⑤相手方事業者との間に格差がある事案」について）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。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、第2に、定義自体は拡張せず、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ことが考えられる。
- ・（「⑤相手方事業者との間に格差がある事案」について）特定商取引法では、たとえ法人事業者（株式会社等）であっても、事業目的と直接に関連しない取引については、クーリング・オフ等の消費者保護規定が適用されている（大阪高判平成15年7月30日（兵庫県弁護士会HP）、大阪地判平成20年8月27日（消費者法ニュース77号182頁）など）。実態としては何ら消費者と異なる小規模零細事業者（いわゆる消費者的事業者）の、事業目的と直接に関連しない取引被害について、消費者契約法の保護を一切及ぼさないと取り扱うことは、実質的に不合理な結論ではないか。
- ・（「⑤相手方事業者との間に格差がある事案」について）個人事業者が事業目的に直接関連しない契約を締結した事例（節電器、消火器、電話器リースなどの事例が典型例）については、特定商取引法のクーリング・オフ等の消費者保護規定が適用されている（名古屋高判平成19年11月19日（判タ1270号433頁）、東京地判平成20年7月29日（消費者法ニュース77号178頁）など）。消費者契約法第2条第1項の個人事業者は、「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場合における個人」という定義にして、消費者の範囲を拡大すべきではないか。
- ・まず事業の実体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体があるときに、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。

[消費者概念の拡張に懸念を示す意見]

- ・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留意する必要がある。
- ・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その判断をすることが多い。「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・相談現場は判断に時間・コストを要することとなるし、事業者は取引前に相手方が実質的な消費者か否かを確認しなければならなくなるが、実態判断は困難であるため、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と。また、判断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、画一的に消費者概念を定めることが必要である。
- ・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、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、そうすると、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ケースが生じ得る。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。
- ・事業者の一部を消費者として取り扱うことで、その者とさらに取引する消費者が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と。「消費者」か「事業者」かが契約ごとに異なる場合には、規律が明確性を欠き、取引が安定しない
- ・事業を行う意思を持つ者の取引は「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と。
- ・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。

[その他]

- ・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もある。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、立

法による明確化の意義はなお存在する。また、解釈による解決をとる場合には、逐条解説等で明記し、その普及のための工夫が必要である。

- ・インターネット上には、主婦や学生等の個人が簡単に商品を販売できるサイトやアプリが多数存在する。消費者概念、事業者概念を考えるに際しては、実質的に消費者と異ならない個人の事業者が売り手となった場合に、事業者としての責任をどれだけ問われ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かが相対的に決まるのが現行法の個人についての扱いであり、法人等についての見直しもそのような相対的な概念として考えられるのであって、現行法上事業者とされる者の一部を消費者と扱うことが、その者と取引をする消費者との間でも消費者と扱うことになるわけではない。

## 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

#### （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、情報の質及び量並びに交渉力の構造的な格差が存在している。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存在する情報・交渉力の格差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を求めている。

もっとも、第3条の規定は、努力義務にとどまるものであることから、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、まず、契約自体の性質として、「①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」という類型がある。さらに、その中には、「②契約により生命・身体が害される危険性があるもの」という類型が認められる。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）」という類型が存在する。

### イ. 裁判例及び相談等事例

(ア) ①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（②を除く。）

(裁判例)

- ・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：【28】、フランチャイズ契約：【100】、マンション販売業：【108】、【113】、【154】、建築業：【110】、【157】）

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もある。ただし、その規律がすべての紛争事例に適用されるわけではない。

(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】、【23】）
- ・保険の購入の際の情報提供に関する事例（【24】）
- ・通信サービスの利用契約で、Wi-Fi 接続ができなかった事例（【20】）

(イ) ②契約により生命・身体が害される危険性があるもの

(裁判例)

- ・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民法に基づき損害賠償請求を認めた事例（【142】）

(ウ) ③その他

(裁判例)

<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、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）（【10】）
- ・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（【106】）
- ・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（【141】※消費者契約法施行前の事案）

<その他>

- ・パチスロ攻略情報の販売の事例で、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つつ、存在しない情報を

売る行為は詐欺であるとして、事業者に、不法行為に基づく損害賠償責任を認めたもの（【103】）

（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】、【22】）、結婚相手紹介サービス（【25】、【26】）、結婚式場（【31】））
- ・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】、【27】）
- ・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（【28】）
- ・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（【56】）

### （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、現在のように努力義務規定では足りないと思われる。
- ・消費者契約法第1条に規定されている同法の趣旨・目的に鑑みれば、事業者と消費者との間の情報の質及び量の格差を是正するために、情報力に優る事業者から消費者への情報提供義務・説明義務を、法的義務として位置付けることが必要不可欠なはずである。
- ・現代社会におけるインターネット取引、約款取引、商品・役務自体あるいは契約内容の複雑化・多様化の進行、急速な社会変化への対応力に乏しい高齢者の増加などによって、事業者と消費者との間の情報力の格差はいっそう拡大しつつある。事業者から消費者に対する情報提供義務・説明義務の明定の必要性は更に高まっている。
- ・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」が事業者の責務として規定されている。消費者契約法の改正に際しては、このような規定が存在することを前提にして、あるべき法改正の内容を考えなければならない。
- ・いわば消費者契約法版錯誤として、同法において情報提供義務違反による取消しを認めることが考えられても良いと思うが、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無効の要件よりも緩和されて良いのではないか。

- ・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。持っている情報を単に提供するだけでは、例えすべての情報を提供したとしても、情報提供義務を尽くしたことにはならない。情報過多となって消費者保護に逆行するという懸念は当たらない。
- ・一般の消費者がその商品を使用したりサービスを利用したりする場合に通常必要とする情報は何かについては、事業者が一番よく知っているはずである。それは個別の商品・サービスによって異なり一律の指標を設けることはできず、また必要もない。これは、ある消費者に限った特別の事情に基づく情報提供の要求とは区別できるので、大量の情報を網羅的に提供することが必要になるわけではない。
- ・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。
- ・裁判により対応される事案は消費者契約においてはごく限られることから、信義則上の情報提供義務・説明義務が判例上認められており、司法判断に委ねれば足りるとは言えない。
- ・個別の業法で規制するといっても、全ての業種に業法があるわけではない。また、多くの業法には民事効がない。
- ・民事効が定められている金融商品販売法においても、必ずしも事業者の説明義務の内容がすべてカバーされておらず、同法ができた後も、情報提供義務違反、説明義務違反を理由として、不法行為責任等が認められている事例もある。そうすると、情報提供や説明が必要な場面を精査して、必要であれば立法していくという姿勢は大事である。
- ・従前より業法や条例を踏まえて一般的に必要なと言われている情報を提供している健全な事業者であれば、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はずである。
- ・相手方により錯誤が惹起された場合の規律について民法改正では取り扱われないことになった。それも踏まえて、情報提供義務との関係で、消費者契約法で対応をすべきではないか。

#### [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」、あるいは、契約の締結に「通常影響を与える」情報といっても、そ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。また、必要な情報の内容・種類は消費者によって異なる点に留意すべきである。

- ・事業者がもっとも恐れる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、大量の情報を網羅的に提供するなど保守的な対応を採らざるを得ず、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。消費者にとっても、分かりづらくなり、必要な情報を取捨選択しにくくなるという弊害がある。
- ・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る、「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られる。
- ・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請求や取消しに応じないため、裁判にならなければ解決せず、現在と変わらないのではないのか。
- ・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。また、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。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のか。
- ・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を請求できない具体的なケースはあるのか。
- ・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、消費者にとって重要と考えられる事項を特定し、事業者の説明することが求められている。
- ・事業者は、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。
- ・仮に「勧誘」の概念が拡大した場合、取消しを主張するための方便として、ネット上に十分な情報が提供されていなかったと強弁する消費者が出てくるのが容易に想定される。
- ・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。
- ・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に留意すべきである。
- ・「(2) 関連事例」の①は業法で規律されるべき領域、②は特殊の領域、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。

[その他]

- ・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。それができる機会や手段が用意されていたにもかかわらず怠った消費者には過失があるのではないか。仮に取消しを認めるとしても、民法の錯誤と同様、消費者に重大な過失がないことを要件とすべき。
- ・これまでの経験では推測が困難な、高度複雑化した商品・サービスについて、消費者自らの情報収集が不足していたからといって過失とは言えない。インターネットが普及してきたとしても、確実に重要な情報を見極めることは困難であり、その質や量が十分であるのかも確認ができない。また、情報収集する手立ては限られている。さらに、IT機器を活用できない人たちもまだ数多くいることは考慮すべきである。
- ・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。

## ➤ 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（【123】、【124】）や、同原則と同様の趣旨を述べるもの（【137】）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（【123】、【124】、【129】、【158】）、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】、【61】）、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（【76】）がある。

### （3）検討会の議論状況

#### （透明性の原則）

[透明性の原則に係る規律の導入に賛同する意見]

- ・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、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。契約条項の明確化・平易化は、事業者の法的義務として明示される必要がある。
- ・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、透明性を確保するための規制を検討する必要がある。
- ・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。
- ・利用規約の中で特に大事なところは、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。

#### （解釈準則）

[解釈準則（条項作成者不利の原則）に係る規律の導入に賛同する意見]

- ・消費者契約の内容となっている契約条項について、契約条項の不明確さゆえに、合理的な意思解釈を尽くしても、なお複数の解釈可能性が残り、明確な結論が得られない場合がある。このような場合の解釈準則として、事業者と消費者との情報、交渉力格差等や公平の理念（後述の使用者不利の原則）から消費者にとって有利な解釈を優先するという原則（消費者有利

解釈の原則) が併せ規定されるべきである。

- ・民法(債権関係)改正の議論の中で、中間試案の段階では、消費者と事業者との格差を信義則等の考慮要素とする案が提示されていた。要綱仮案では取り上げられないこととなったが、消費者契約法において、格差を踏まえた解釈指針についての規定を設けることが検討されるべき。
- ・条項の解釈については、当該条項において想定されている顧客層の理解を基準にするのか、当該顧客の理解を基準にするのかという観点からの解釈規定も、とりわけ消費者契約においては重要になってくると思われる。

[解釈準則(条項作成者不利の原則)に係る規律の導入に懸念を示す意見]

- ・解釈準則に係る規律を設けなくても、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

##### (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(【103】)、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(【141】)。

##### (3) 検討会の議論状況

[消費者に努力義務を課すことに懸念を示す意見]

- ・消費者契約法は、第1条の目的にもあるように、事業者と消費者の間に格差が存在することを前提として、消費者が自立するための支援を図るものである。そのための環境が十分整備されて初めて消費者の側に情報活用理解義務を課すことも考えられるのであって、必ずしもそのような整備がなされているとはいえない状況であるにもかかわらず、消費者の側に情報活用理解義務を課すことは適切であるとはいえない。わからなければ質問すればよいのではないかという考え方があるが、多くの消費者は、事業者にわからないと言ったり、もう一度説明してほしいと言うこと自体が困難であるのが現状である。それが対等ではない消費者である。

[その他]

- ・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。(【141】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ことに留意する必要がある。
- ・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、適切な情報を提供できる事業者を選択し、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や健全な市場の形成に繋がると考える。
- ・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

#### （1）問題の所在

現行法の「勧誘」について、「逐条解説 消費者契約法」（第2版）108頁では、「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「勧誘」に含まれないとされている。

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解釈論や意見がある。

#### （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広告等のみによって契約締結に至ったもの、②電話・店頭にて事業者から広告等と同様の説明を受けたもの、③広告等を見て電話・店頭にて事業者と話をしても、広告等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. 裁判例及び相談等事例

###### （ア）①広告等のみによって契約締結に至ったもの

###### （裁判例）

- 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」に当たるとを前提とするものと考え得る）（【149】）

(相談等事例) ※個別の説明があったか否か不明の事例を含む

- ・広告等(「食べるだけで痩せる」という折り込みチラシ(【32】)、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(【34】)、スマートフォンの通信の接続エリアに関する広告(【46】)、テレビの商品説明(【48】))
- ・ネット通販・ネットオークションのウェブサイト(中古車(【33】、【56】)、剣道指南DVD(【35】)、情報商材(【36】)、電動アシスト自転車(【45】))
- ・診療所のウェブサイト(【41】)

(イ) ②電話・店頭にて事業者から広告等と同様の説明を受けたもの  
(裁判例)

- ・パンフレットの記載に沿う説明を受けた事例(【56】)
- ・電話・パンフレット郵送・訪問による事例(【39】)
- ・パンフレット・電話による事例(【74】)
- ・インターネット広告・電話による事例(【109】、【116】)

(相談等事例)

- ・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(【37】)、ダンススクール(【38】)、情報商材(【42】)、留学プログラム(【44】))
- ・看板を見た後、個別の勧誘を受けたもの(美容医療(【43】))

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

(裁判例)

- ・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(【14】)
- ・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(【93】)

(エ) ④その他

(相談等事例)

- ・メールマガジン<sup>2</sup>（情報商材（【27】、【40】、【47】））
- ・メールマガジンを見た後、個別のやりとりがあったもの（【39】）
- ・看板（コインパーキング（【49】、【50】、【51】、【52】））

### （3）検討会の議論状況

〔勧誘に広告を含めることに賛同する意見〕

- ・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、パンフレット、説明書、チラシ等について「個別の契約締結の意思形成に直接影響を与えているとは考えられない」というのは消費者契約の実態からかけ離れたものである。不特定多数向けの広告等であっても個別の契約締結の意思形成に影響する場合はあることは否定できない。
- ・いわゆる業法による広告規制だけでは、個々の消費者の被害回復が実現できず、不十分である。個々の消費者被害の救済をどう図るかを考えた場合には、消費者契約法における消費者取消権、損害賠償請求権といった民事効が必要不可欠である。
- ・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、そういった形で契約の内容として取り込まれているといえるのであれば、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までに何ら訂正もされず、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、広告の形で、購入の意思決定に向けられ、契約締結の意思決定の基礎となる情報が提供されていることに鑑みると、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

<sup>2</sup> 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く、登録している一定の範囲の多数の者に向けた内容が記載されることが多いと思われるものの、その送付方法は、登録されている特定の集団に対して電子メールを送信するという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。

- のは、理由を欠く。
- ・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ということが、対面契約と比べて、より直接的ではないか。
  - ・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が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
  - ・「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。「消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に」といったような規定内容への改正を検討すべきである。
  - ・広告の問題は景表法により解決できる、あまりに事実と異なる場合は交渉が可能であるという意見があるが、景表法により個別の被害救済はできず、また、事業者と交渉するにあたって必要なものが消費者契約法である。
  - ・事業者に対してだけでなく、消費生活センター等に対しても不当な主張をする消費者は当たり前にいるのが現状である。ただ、それと被害救済とは別の問題であり、そのような消費者がいるからといって、被害救済できるように改正することを妨げるべきではない。

#### [勧誘に広告を含めることに懸念を示す意見]

- ・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。
- ・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・口コミ・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「広告だけを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が、広告に情報が過剰に掲載され過ぎると、商品やサービスの特徴やポイントがわかりづらくなり、かえって消費者は選択しづらくなるのではないか。
- ・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是正されて誤認が消滅した場合は取り消されない（「逐条解説 消費者契約法」(第2版) 124頁) 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。
- ・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。

- 広告は、多少おおげさに表現して購入意欲を高めることを本来の目的とするものである。だからこそ、不当表示規制があり、課徴金制度の導入も検討されている。表示に問題がある悪質なケースで求められるのは消費者契約法による取消しではなくて、景品表示法の厳正な適用（法執行）ではないか。
- 民事的効果が必要であれば、何が不当表示に当たるか判断基準が確立している景品表示法の枠内で検討すべき。同じ広告を見ても引っかけられないで回避している消費者もいることを考えれば、何でも不当表示があれば取消し可能ということには賛成できない。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消費者が出てくることを最も危惧する。
- 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、返品や交換の交渉は可能である。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。
- 広告であれば一律に勧誘から除外されるものでもない。現在でも、事例を見る限り、広告を見て事業者に連絡をとっている事案は「勧誘」とされるなど、実態上、勧誘とみなせるかどうかで判断されており、現在の解釈を変更する必要はない。
- 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。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。

## 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

「逐条解説 消費者契約法」（第2版）108頁では、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。



これに対し、主観的評価であっても、品質等から客観的な相場等が想定でき、それとの対比で客観的に真実または真正であるか否かを判断できるような場合には、告知の対象となるとする考えもある（日弁連「コンメンタル消費者契約法」（第2版）68頁など）。

## （2）関連事例

### （裁判例）

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であるとして、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（【8】）。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。なお、一般的な販売価格についての不実告知を認めた例として、【136】がある。）、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（【56】）、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（【73】）、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（【113】）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（【93】）
- ・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（【125】）

- ・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（【136】）
- ・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（【140】）

### 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

「逐条解説 消費者契約法」（第2版）115頁では、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。

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解釈論や意見がある。

##### （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 (【41】)
- ・過去から現在に至る東工金(東京工業品取引所金)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 (【57】)
- ・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 (【74】、【116】)
- ・相手方である事業者が外国為替証拠金取引の営業停止処分を受ける可能性があるとして、それまでの取引を精算すること等を内容とする和解契約を締結する際に、その事業者がおそらく6ヶ月ぐらいの営業停止になり、そうなる会社がつぶれ、預託金がほとんど戻って来ないとして、それよりも行政処分が出る前の今なら100万円を確実に返すことができるかと述べて、残金の返還請求権を放棄させた事例 (【101】)

(イ) ②財産上の利得に影響しない事項である事案

(裁判例)

- ・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 (【73】)
- ・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 (【132】)

(相談等事例) ※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 (【54】)
- ・家庭教師の契約で「必ず成績が上がる」と言われた事例 (【55】)

(3) 検討会の議論状況

[財産上の利得に影響しない事項への適用に賛同する意見]

- ・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。事業者と消費者との間の構造的な情報格差の中で、消費者が、断定的判断の提供といった不適切な情報提供を信じやすく、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状況に置かれることは、「将来における変動」に限らず「不確実な事項」について断定的判断が提供さ

れた場合一般について言えることであって、「将来における変動」に関するものかどうかは重要でないはずである。

- ・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。

[財産上の利得に影響しない事項への適用に懸念を示す意見]

- ・取消しというのは非常に強い効果であるため、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・不利益事実の不告知要件・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）に関連する裁判例をみると、①先行行為が具体的で不利益事実との関連性が強いと思われるもの（【24】、【55】、【81】、【97】、【104】、【109】、【153】）、②先行行為が具体性を欠き、不利益事実との関連性が弱いと思われるもの

（【40】、【57】、【72】）という類型が考えられる。上記①の類型について、故意要件の適用についてみると、相手方事業者が消費者の誤認を認識し得たことから故意を認定（推認）した事例（【24】、【55】、【81】、【153】）と、具体的な事実の摘示をせず、結論として故意があるとした事例（【97】、【104】）がある。

（相談等事例）

- ・「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（【57】）
- ・「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）（【58】）
- ・コインパーキングの看板等における目立たない記載（【49】、【50】、【51】、【52】等）

### （3）検討会の議論状況

〔総合的意見〕

- ・不利益事実の不告知は、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、取り消せるとすべきである。
- ・不利益事実の不告知の裁判例のうち、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、全体として不実のことを述べているという印象が強くなる。利益に明確に言及しないタイプのもは、全体として見ると、故意に不利益なことを述べていないのであり、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。これらの2つのタイプ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。
- ・先行行為要件も故意要件も不要とする考え方については、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との懸念が示されている。しかし、先行行為要件も故意要件も不要としても、「重要事項」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。

〔故意要件〕

- ・「故意」の要件については立証が難しいと言われている。裁判例においても、実際に「故意」があったかどうかははっきり言えないが、それを周辺の事実から認定する、あるいは当事者の行動から推認するという事例が多い。
- ・そもそも不利益事実の不告知は、消費者にとって利益となることと不利益事実が表裏一体をなすにもかかわらず、利益となる旨を告げて、不利益事実は存在しないと思わせる行為であって、現行法において不実告知の場合には不実告知者に故意も過失も要求されないこととのバランスを考えれば、故意・過失を不要とすべきである。
- ・不利益事実について十分に説明しなかったことが些細なミスに過ぎない場合にまで事業者が過大な責任を問われることがないように、故意要件は維持すべきである。

#### [先行行為要件]

- ・故意要件に加えて、先行行為要件も不要とすべきとの考え方もある。しかし、先行行為があつて、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。
- ・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。
- ・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。
- ・多くの消費者が契約の意思決定をする際に必要な不利益事実については、事業者が知っている。それにもかかわらず、すべての不利益事実を情報提供しなければならぬ、あるいは営業秘密という主張は、事業者としての説明義務を果たさないことになるのではないか。

## 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

消費者契約法は、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としている（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、現行法では、いわゆる契約締結の動機に係る事項は含まれていないが、実際の被害事例では、契約の必要性等について不実のことを告げたりして契約を締結させる事例が少なくない。そこで、そのような事例にも対応できるように重要事項の概念の拡充を検討すべきとの解釈論や意見がある。

### (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であるもの、②契約の動機に係る事項であるもの、③その他という類型である。

#### イ. 裁判例及び相談等事例

##### (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であるもの (裁判例)

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（【29】、【36】、【40】、【54】、【55】、【56】、【72】、【81】、【82】、【83】、【98】、【104】、【108】、【109】、【113】、【114】）

(イ) ②契約の動機に係る事項であるもの

<契約の必要性>

(裁判例)

- ・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（【59】）
- ・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（【122】）
- ・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（【128】）
- ・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（【134】）

(相談等事例)

- ・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が、実際はそうではなかった事例（【18】）
- ・ダンススクールで同世代の同性の受講者がいるクラスを作ると言われて契約した事例（【38】）
- ・この土地を買い手がいると言われて整地等の費用を支払った事例（【60】、【61】）
- ・「固定電話が使えなくなる」と言われて申し込んだ事例（【62】）
- ・「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（【63】）
- ・「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（【64】、【65】）
- ・「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（【66】、【67】）

<事業者の評判・信用性>

(相談等事例)

- ・口コミサイトやブログに評判が書き込まれていたもの（【68】、【69】、【72】、【73】）
- ・インターネット検索で上位に表示されたもの（【70】、【71】）



#### <その他の前提事項など>

##### (裁判例)

- ・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(【136】)
- ・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(【140】)

##### (相談等事例)

- ・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(【29】、【30】)
- ・パソコンとセットでWiFiルータを購入すればパソコンの値引きがあり、WiFiルータを使えばどこでも光回線と同じ速さで利用できると言われたが、自宅でほとんど使えなかった事例(【53】)
- ・「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(【59】)

#### (ウ) ③その他

##### (裁判例)

- ・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(【33】)
- ・将来における東工金(東京工業品取引所金)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(【57】)

### (3) 検討会の議論状況

#### [動機を「重要事項」に含めることに賛同する意見]

- ・契約するかの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る相談事例はたくさん存在する。動機付けの部分も、「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、動機付けの部分に関する不実告知を取消しの対象に含まないことに合理的な理由はない。
- ・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り、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性が生じてしまうという懸念は、不告知型について妥当するものではないか。不実告知型の場合、動機に該当するか否かに関わらず、事業者の不実告知・虚偽の情報提供は許されない以上、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。
  - ・そもそも、契約内容となる商品・サービス以外については、説明の中に嘘があってもいいという前提であってはならない。重要事項に動機を含めるとしても、契約するかしないかの判断に通常影響を及ぼすべき事項かは事業者がよく理解している。

[動機を「重要事項」に含めることに懸念を示す意見]

- ・動機は個々の消費者固有の私的かつ様々なものであり、契約締結時に事業者が特定することは難しく、後日、消費者から「私にとってはこれが動機だった」と主張されても、事業者は真実か否かを確認できない。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動機といっても、具体的内容は不明確であり、予見可能性を欠く。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、契約締結時に消費者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、記録化する必要もある。他方、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、逐一記録化されることは、負担かつ不快ではないか。
- ・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し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。
- 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。現在お客様センターに寄せられるのは、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、大多数の消費者に迷惑をかけることになることは本意ではない。
  - 明確化が予定されている民法の錯誤の規定で十分カバーできるのはいか。「表示されていたときに限り」という要件も重要。
  - 客観的には重要事項に当たらないと思われる個人的な動機に関することで不利益事実の不実告知を主張された場合、第三者が介在しない顧客対応の現場において、事業者が顧客に対し「それは重要事項に当たらないので適用外」と条文を引いて強く反論することは考えにくく、結果として消費者のわがままや身勝手な主張が通ってしまう場面が広がることを危惧する。

[その他]

- 消費者契約法の「重要事項」と現行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（【99】、【145】）。

## 第4 不当勧誘（その他）

### 1. 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

##### （裁判例）

「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：【65】、【99】、【120】、媒介否定：【46】、【78】）、②第三者と事業者を同一に扱うもの（【72】、【134】）がある。

##### （相談等事例）

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（【68】、【69】、【72】、【73】）。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く、第三者の行為を事業者に帰責することができる範囲をどのように捉えるかという問題がある。

#### （3）検討会の議論状況

[媒介要件の拡張に賛同する意見]

- ・ 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、それらの業者の責任についても考える必要がある。
- ・ 媒介委託の存否は外部の者には分かりにくい。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った事案についても、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。
- ・ もともと消費者契約法第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。

#### [媒介要件の拡張に懸念を示す意見]

- ・ 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と消費者側にとっては便利な反面、その一方で、「勧誘」概念が単なるネット上の情報にまで拡大されてしまうと、本来、契約当事者ではなく責任を負う必要のないサービス提供事業者が影響を受けることになる。
- ・ 裁判例では第5条の適用を認めているものもあり、救済が図られているのではないか。

#### [その他]

- ・ 第5条は消費者契約法の規律を対象としているが、第三者が行った詐欺など民法などで置かれている意思表示に関する事業者の行為に係る規律についても、取消しのリスクを誰が負担すべきかという点の考慮において、現行の消費者契約法に規定がある場合に限ることは理由がなく、規律をそろえていくという観点から第5条を見直し、その適用範囲を拡充する検討が必要ではないか。

## 2. 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、「追認を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．裁判例及び相談等事例

#### （裁判例）

- ・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（【52】、【117】）
- ・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、その時点を起算点として権利行使を認めた事例（【145】）。

#### （相談等事例）

- （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（【94】）
  - ・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（【97】）

- ・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（【122】）

#### (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（【91】）
- ・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（【95】）

### (3) 検討会の議論状況

#### [取消権の行使期間の長期化に賛同する意見]

- ・ 物理的な圧迫・困惑から解放され、又は、事実でないことに気がついて、消費者は、どこに相談してよいかわからないまま時間が経過することがある。事業者申し入れても拒否されて諦める場合や、心理的な圧迫・困惑から解放されない場合もあり、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年を経過しての相談もたびたびある。
- ・ デート商法のような事案では、相手への恋愛感情や、消費者自身が「嫌な真実に気づきたくない」という心理もあって、消費者が即座に行動できないことが多く、取消権の行使期間が6か月では短い。また、投資用マンションの不当勧誘のような事案では、長期にわたる収支を踏まえて勧誘の虚偽性が判明することも少なくないことから、取消権の行使期間が契約から5年間では短すぎる。
- ・ 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るものがある。しかし、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。実際の裁判例等でみられるように、消費者が実際にすぐには取消しへ向けた行動がしにくい状況が存在することを考慮すれば、期間の延長も含めて検討すべき。

#### [取消権の行使期間の長期化に懸念を示す意見]

- ・ 法定期間内に取消しできなかったことについては、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、取消権を行使できなかった原因・理由を踏まえて慎重に検討すべき。

### 3. 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

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（【130】。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。）。

### (3) 検討会の議論状況

[法定追認の適用除外に賛同する意見]

- ・ 法定追認は、履行の請求等の一定の客観的行為があった場合に、追認の意思があるものと考えられるために認められるものであり、消費者契約の場合に、本人におよそ追認の意思がない、あるいは意思があるかどうか分からない中で、弁済等をすることもあり得るため、そのような場合に、客観的な事情があることによって、法定追認を発動させるというのが適切かは検討すべき。

## ➤ 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、取消権を認められ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）（【60】、【74】）
- ・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）（【81】）

#### (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（【95】）

#### (ウ) ③不当利得返還の範囲に関する事案

##### (裁判例)

- ・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（【84】、【86】）
- ・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（【109】）

### （3）検討会の議論状況

（損害賠償義務）

[規律の導入に賛同する意見]

- ・ 現行法における不当勧誘行為規定は、事業者の不当勧誘行為（誤認惹起行為、困惑惹起行為）が認められる場合に取消権を定めているのみだが、事業者の不当勧誘行為を理由とした取消し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や、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。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穏という権利利益を不当に害する迷惑な勧誘行為である。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、そのような行為が損害賠償義務を帰結するものであることを消費者契約法に明定することは、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。

（不当利得返還の範囲）

[規律の導入に賛同する意見]

- ・ 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。また、給付が役務である場合など、現物返還が不可能なときは、消費者はその客観的価値を金銭で返還することになるが、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るが、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を半減させるものである。これでは、詐欺や不実告知等をした事業者の「やり得」を許すことになり、不当勧誘の抑止にも支障が生じる。
- ・ 民法改正の議論の中では、法律行為が取り消された場合の効果について、原状回復を原則としているが、無償行為の場合や意思無能力者の場合は、現存利益に縮減される方向で議論されている。要保護性という点から現存利益に縮減する場面がないかを消費者契約法の規律との関係で検討する必要があり、消費者契約において、不当勧誘がなされた場合は、返

還義務の範囲を減縮すべき。また、役務の場合も、取消しの意義が残るよう特則を設けるべき。

- ・ 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が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。
- ・ 取消し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。取消しの無意味化を避け、事業者の「やり得」「利得の押しつけ」を許さず、違法行為を抑止する観点から、法が定める消費者取消権により消費者契約が取消し、無効となった場合における消費者の事業者に対する不当利得返還義務の範囲に関する減免規定を立法化すべき。また、具体的な事案において、事業者の行為の態様や目的の悪質性が強く、当該事業者に不当利得返還請求権を肯定すること自体が社会正義に反するような場合については、違法行為を抑止という観点から、事業者の不当利得返還請求自体を認めないような法制度を設けるべき。
- ・ 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が、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。

[規律の導入に懸念を示す意見]

- ・ 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）

### （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）に係る取消権を規定している。

これに対しては、現行法の上記規定には必ずしも当てはまらない類型があ

るとして、困惑類型の拡充あるいは、誤認類型ないし困惑類型の分類に必ずしもなじまない新たな類型に係る規律を消費者契約法に導入すべきとの指摘がある。具体的には、不当勧誘における困惑類型について、事業者が自宅や職場に執拗かつ威迫的な電話を繰り返すなど消費者を不安な心理に陥れる言動によって困惑させる場合といった不退去・退去妨害以外の困惑類型への拡充を検討すべきとの指摘がある。また、新たな類型として、判断力の不足等によって消費者が契約を締結するかどうかについて合理的な判断ができない事情にあることを事業者が不当に利用して契約を締結させるといった事案に対応した規律（状況の濫用、暴利行為など）や、いわゆる適合性原則、不招請勧誘といった規律の導入を検討すべきという指摘がある。

これらについては、上記記載の不退去・退去妨害以外の困惑類型や状況の濫用、暴利行為、不招請勧誘のほか、「つけ込み型不当勧誘」や「消費者公序」といった用語が用いられる場合があるなど、各規律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、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．裁判例及び相談等事例

#### （裁判例）

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（【18】、【21】、【30】、【48】、【49】、【53】、【62】、【69】、【70】、【75】、【87】、【88】、【89】、【90】、【91】、【102】、【106】、【127】、【155】、【161】、【163】）<sup>3</sup>、その他、さらに①の要素をも

---

<sup>3</sup> （参考）

「暴利行為」・無効とされた事例：【21】、【62】、【161】

著しく社会的相当性逸脱・無効とされた事例：【49】、【75】、【89】、【91】、  
【163】

組み合わせる類型（【118】）<sup>4</sup>、③の類型（【85】、【143】）<sup>5</sup>、④の類型（【138】）<sup>6</sup>が見られた。なお、これらの事例はいずれも無効ないし不法行為が認められている。

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（【18】）、認知症（【48】、【62】、【70】）、高次脳機能障害（【53】）、うつ病（【90】、【102】）、統合失調症（【118】）が認められる場合や、高齢で病気である場合（【88】）、当該契約に関する知識に乏しい場合（【21】、【161】）、社会経験が乏しい場合（【106】）、断れない性格（【75】）、従属的な雇用関係にある（【89】、【91】）、健康への不安がある（【155】）、難病の家族の治癒を願って藁をもすがる思いにある（【163】）といった個人の属性として合理的な判断能力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（【30】、【69】、【87】）や恋人商法の場合（【127】）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]

- 【18】 ②（属性を利用/精神遅滞）、③（必要な量を超える商品）
- 【21】 ②（属性を利用/知識・経験不足）、③（対価として不相当）
- 【30】 ②（当該事情を作出/宗教）、③（対価として不相当）
- 【48】 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）
- 【49】 ②（属性を利用/高齢）、③（必要な量を超える商品・財産状況に比して高額）
- 【53】 ②（属性を利用/高次脳機能障害）、③（対価として不相当）
- 【62】 ②（属性を利用/認知症）、③（対価として不相当）
- 【69】 ②（当該事情を作出/宗教）、③（財産状況に比して高額）
- 【70】 ②（属性を利用/認知症）、③（対価として不相当）
- 【75】 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）

---

公序良俗違反・無効とされた事例：【48】、【70】、【88】、【102】

著しく社会的相当性逸脱・不法行為とされた事例：【30】

社会的相当性逸脱・不法行為とされた事例：【69】、【87】

不法行為とされた事例：【18】（適合性原則違反）、【53】（詐欺）、  
【90】（著しく不当な勧誘・販売方法）、  
【106】（経験不足）、【127】（判断力不足）

4 適合性原則違反・不法行為

5 暴利行為・無効

6 著しく社会的相当性逸脱・無効

- 【85】 ③ (対価として不相当)
- 【87】 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)
- 【88】 ② (属性を利用/高齢・病気)、③ (対価として不相当)
- 【89】 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)
- 【90】 ② (属性を利用/うつ病)、③ (必要な量を超える)
- 【91】 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)
- 【102】 ② (属性を利用/うつ病)、③ (必要な量を超える)
- 【106】 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)
- 【118】 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)
- 【127】 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)
- 【138】 ④ (強制的な契約締結/家族への危害)
- 【143】 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
- 【155】 ② (属性を利用/家族の病・困窮)、③ (対価として不相当)
- 【161】 ② (属性を利用/知識・経験不足)、③ (対価として不相当)
- 【163】 ② (属性を利用/家族の病・困窮)、③ (対価として不相当)

(相談等事例)

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(【77】、【88】、【119】)、
    - (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(【64】、【65】、【89】)
    - (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(【85】、【86】)

- ・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）（【81】、【87】、【109】、【110】、【111】、【112】）
- ・デート商法（【91】（20歳3ヶ月男性に110万円のダイヤ）、【98】（100万円前後のダイヤモンドのネックレス）、【99】（マンション）、【113】（マンション）、【114】（マンション）、【115】（マンション）、【121】（マンション）、【122】（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（【75】）、執拗な電話（【80】）、長時間の電話（【90】）、夜間の電話【108】）
- ・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（【82】）、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（【132】））
- ・長時間勧誘（【93】）
- ・占い師による洗脳（【96】）
- ・認知症患者に対する勧誘（【116】（100万円の投資）、【123】（SF商法で大量の健康食品）、【133】（合計350万円のふとん等の次々販売）、【134】（新聞を三社と契約））
- ・高齢者に対する勧誘（【101】（着物の過量販売）、【117】（150万円の投資）、【118】（契約金400万円のアフィリエイト）、【120】（金のアクセサリーの訪問購入）、【125】（合計2200万円の呉服等）、【126】（合計3424万9378円の宝飾品等）、【127】（金地金・プラチナ地金）、【131】（終身保険）、【135】（合計720万円の商品））
- ・うつ病患者に対する勧誘（【128】（マンション））
- ・知的障害者に対する勧誘（【129】（ネックレス））

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・財産状況に比して高額など）

- ・過量販売（【124】（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（【130】）

④（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

- ・一方的に商品等押し付ける方法（送り付け商法（【74】、【76】、【78】、【83】、【84】）、物を置いていく方法（【79】））
- ・手術台の上での契約（【92】、【102】）
- ・友人関係などの断りづらい人間関係を利用した商法（【100】（友人・セミナー）、【103】（友人・投資用DVD）、【104】（友人・投資用DVD）、【105】（先輩・投資用DVD）、【106】（先輩・投資用DVD）、【107】）



(同級生・ネットワークビジネス))

### (3) 検討会の議論状況

(執拗な電話・訪問など不退去・退去妨害以外の困惑類型)

[規律の導入に賛同する意見]

- 例えば、悪質な事業者が消費者の自宅や職場への執拗かつ威迫的な電話や訪問を繰り返したり、靈感商法などで消費者を不安な心理に陥れたりなどして消費者に困惑状態を惹起させて、契約を締結させる事例が多々見受けられる。このような事例は、消費者の自己決定過程を著しく侵害して契約させているという点においては、現行法的不退去・退去妨害といった行為による困惑惹起の事例と実質的に何ら差違はない。困惑取消の類型は、具体的には、不退去、退去妨害に加えて、威迫する言動、不安にさせる言動、迷惑を覚えさせるような仕方での勧誘その他心理的な負担を与える方法を取消事由として追加し、困惑類型を拡張すべき。

(判断能力、知識の不足を利用する行為(暴利行為、状況の濫用、適合性原則など))

[規律の導入に賛同する意見]

- 従来の裁判例を見る限り、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。
- 仮に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ことが難しいとしても、少なくとも消費者契約法第4条3項の困惑類型を拡張する等の方法により、抑圧状態や判断力の低下が利用される場合をカバーする必要がある。
- 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(一般に「他人の窮迫、軽率もしくは無経験を利用し」が主観的要素、「著しく過当なる利益の獲得を目的とする」が客観的要素とされる)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。その意味からすると、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民事ルールを付加すべき。現在の訴訟実務では、このような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が、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に存在しないので、やむなく民法の一般規定で消費者被害の救済を図るものである。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・事業者双方にとって、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。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。このような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り、困惑類型の拡張だけでは不十分。
- ・ 「つけ込み型」に特化した定義を置けるのであれば、健全な取引への影響は少ないと思われるので規定を設けることに賛成。
- ・ 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。少なくとも特定商取引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。

#### [規律の導入に懸念を示す意見]

- ・ 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。また、金融商品販売法では既に規制されており、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か。

#### (不招請勧誘)

#### [規律の導入に賛同する意見]

- ・ 不招請勧誘（事業者による消費者の意向を無視した、あるいは消費者の

希望しない勧誘)は、定型的に消費者の私生活の平穩を侵害する行為であり、民事ルールとしても損害賠償義務を帰結する不当勧誘行為として明定すべき。もっとも、具体的な事例においては、困惑惹起行為として困惑取消しが認められる場合はあり得る。再勧誘禁止(事業者が、契約の締結をしない旨の意思を表示した消費者に対して、さらにその売買契約や役務提供契約の締結の勧誘をしてはならないこと)も同様。

(その他)

- 消費者取消権の要件事実を裏付ける証拠の散逸等の理由で、消費者契約法の個別規定では救済が困難な場合があり、最終的に民法第90条の公序良俗違反の規定が受け皿規定として機能することになるが、公序良俗規定はもともと対等当事者間の法律関係を規律する民法の規定であるから、非対等当事者間における契約である消費者契約に妥当するルールになるように、消費者契約に公序良俗規定を適用する場合の解釈準則や個別規定を消費者契約法に設けるべき。
- 判断能力の不十分な高齢者に対する高額商品の次々販売のような事案の場合、個々の勧誘状況、契約時の判断能力の状況等の立証が極めて困難であり、取引期間が長くなるほど立証が難しくなる、被害の程度が大きくなるほど個別の意思表示規定での救済が難しくなるという実務上の問題がある。
- それぞれの不当性がそれほど高くなくても、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、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。
- 「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）

#### （1）問題の所在

法第8条は、事業者による消費者の権利の制限の例として、消費者の損害賠償請求権を排除又は制限し、消費者に不当な負担を強いる場合があることを踏まえ、事業者の損害賠償責任を免除する条項について、一定の場合に無効とすることとしている。

これに対しては、第1項第2号及び第4号の「故意又は重過失」要件について、軽過失の場合を含めるべきではないかという指摘のほか、民法（債権関係）改正を踏まえた規律の在り方を検討する必要があるとの指摘がある。具体的には、民法改正において、債務不履行責任における「債務者の責めに帰すべき事由」の概念について、これを「故意又は過失」と置き換える従前の解釈について批判的な見解があるなど種々の議論がされていることを踏まえ、「故意又は重大な過失」という要件（第8条第1項第2号）の在り方を検討すべきであるとの指摘、また、瑕疵担保責任が「契約の内容に適合しないものであるとき」の売主や請負人の義務として規律され、同責任の法的性質を債務不履行の一種とすること、買主の追完請求権及び売主の追完義務を規定することが議論されていることを踏まえ、瑕疵担保責任に基づく損害賠償責任の免責条項について規律する第8条第1項第5号及び同条第2項の規律の在り方を検討すべきであるとの指摘がある。

#### （2）関連事例

瑕疵担保責任の「全部を免責する」の意義に関して、犬の売買契約における一定期間経過後の売主の免責特約の効力について、当該特約の下では、売買の目的物のある瑕疵に関しては損害賠償を請求することは事実上不可能であるとしても、法第8条第1項第5号は、「目的物にある特定の瑕疵があった場合において、当該瑕疵による損害賠償については、これを請求することができなくなるような条項を無効とすることが定めたものと解することはでき」ないとして、免責特約を有効とした事例がある（【32】）。

#### （3）検討会の議論状況

[第1項各号要件の在り方]

- ・ 第8条第1項第2号及び第4号について、一部免責が全部免責に近い形でなされた場合、重過失の認定を柔軟に行って一部免責を認めないか、第10条によって処理することが考えられるが、いずれも結論の予測がつきにくく、解決方法としては不十分。また、軽過失の場合は一部免責が可能であるが、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。
- ・ 第8条第1項第3号及び第4号について、「民法の規定による責任」と限定されているが、不法行為に関する特別法にも、同号の規律を及ぼすべき。
- ・ 第8条第1項第5号について、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。

[民法（債権関係）改正を踏まえた規律の在り方]

- ・ 民法の規律や考え方との整合性から、「責めに帰すべき事由」を問題とすべきことになるが、一般に「責めに帰すべき事由」は、有か無かが問題となるものであり、過失のように程度を問題とし得るか自体が問題である。「責めに帰すべき事由による債務の不履行」の軽微性をとらえるという観点も考えられるが、不当条項の問題であることからすれば、不当条項で故意また重過失というような表現が用いられるのであれば、それを踏まえて定式化したものと整理するという考え方もあり得る。
- ・ 「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）

### ➤ 「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による終了のように解除以外の理由で契約が終了

した場面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、本件契約終了後に賃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、裁判例においては、「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ものがある。

イ. 裁判例及び相談等事例

(裁判例)

「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(【107】。以下「平成18年最判」という。))において、平均的な損害の額について、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年最判以降は、概ねこの規範に則った判断がされている（【19】）。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：【12】、【22】、平成18年最判以前：【119】、【150】、【152】）。

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（【1】、【5】）。

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】、【23】）と裁判所によって区分が設定された事例がある（【6】）。

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当該事案において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（【31】、【68】）
- ・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（【34】）
- ・業界平均に依拠したと思われる事例（【71】、【131】、【150】、【152】）
- ・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（【77】）

（相談等事例）

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（【139】、【140】、【141】、【147】、【153】、【154】、【155】）
- ・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（【138】、【142】、【143】）
  - ・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（【136】）、調査会社（【137】）、セキュリティサービス（【144】）、納骨堂（【145】）、スポーツクラブ（【146】）、駐車場（【148】）、パソコンの修理（【149】）、受験講座（【150】）、手術（【151】）、旅行サイト（【152】）、）

### （3）検討会の議論状況

- ・「平均的な損害」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。「平均的な損害」について、わかりやすい算定基準及び条文にできないかが検討される必要がある。
- ・「平均的な損害」の内容に、得べかりし利益を含めると、解除権を否定するのと同じ結果になる点には留意する必要がある。

#### ➤ 「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（【107】）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べきとの指摘や、事業者に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ように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」を超えるか否かの立証責任については、最高裁判決が存在する（平成18年最判・【107】）。

平成18年最判は、「平均的な損害の額」を超えるか否かの立証責任は基本的には消費者が負うべき旨判示されており、その後の裁判例は、これに沿った判断がされている（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。）。



## イ. 裁判例及び相談等事例

### (裁判例)

- ・平成18年最判に沿った判断をしている事例（【17】、【31】、【77】）
- ・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（【152】 ※平成18年最判以前）

### (相談等事例)

「平均的な損害の額」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（【156】）
- ・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）（【157】）

が挙げられる。

## (3) 検討会の議論状況

[「平均的な損害の額」の立証責任を事業者が負うことに賛同する意見]

- ・平均的な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わなければならない、相談現場での交渉は困難となる。
- ・平均的な損害を消費者に立証させることは困難を強いるものである。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とすべき。
- ・事業者への立証責任の転換が必要。事業者側の事情を消費者に立証させるということ自体に無理がある。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ことはよくある。

[「平均的な損害の額」の立証責任を事業者が負うことに懸念を示す意見]

- ・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、それを正当化する十分な理由が必要であり、慎重に検討すべき。

## 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

[遅延損害金の上限の引き下げに賛同する意見]

- ・ 年14.6%という上限利率は、現状の超低金利となっている社会状況に照らしたとき、一般的な金利の水準に比して著しく高い。また、利息制限法の平成18年改正や法務省法制審議会における民法（債権関係）改正論議で法定利率を年5%から年3%に引き下げた上で変動金利制を導入することが議論されている状況を踏まえる必要がある。現行法第9条第2号の14.6%という利率は引き下げの方向で検討することが合理的である。

[遅延損害金の上限の引き下げに懸念を示す意見]

- ・ 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。

## 4. 消費者の利益を一方的に害する条項（第10条）

- 第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」）
- 第10条の後段要件の在り方（「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」）

## （1）問題の所在

法第10条は、消費者契約の実態を踏まえると、法第8条及び第9条に規定する条項以外にも消費者の利益を一方的に害する条項が存在することから、「民法、商法その他の法律の任意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消費者契約の条項であって」（前段要件）、「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」（後段要件）ものの効力を否定することとしている。

前段要件について、消費者庁「逐条解説 消費者契約法」（第2版）220頁によれば、「民法、商法等の法律中の任意規定から乖離している場合」とされるが、これに対しては、前段要件における「任意規定」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」とする最高裁判決が存在する（最高裁平成23年7月15日判決・【35】）。

また、後段要件については、抽象的な規範的要件であるため、その意味内容や適用範囲が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存在する。

#### ① 最高裁平成23年3月24日判決（民集65巻2号903頁）（【38】）

- ・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。

（参考）最高裁平成23年7月12日（裁判集民237号215頁）（【38-2】）

- ・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いかなる理由も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とはできないとした（なお、敷引特約を消費者契約法第 10 条により無効とした反対意見がある。）。

② 最高裁平成 23 年 7 月 15 日判決（民集 65 卷 5 号 2269 頁）（【35】）

- ・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判示した。
- ・第 10 条後段部分について、問題の契約条項がこの要件に該当するか否かは「消費者契約法の趣旨、目的（同法第 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慮して判断されるべきである」と判示した。
- ・そのうえで、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。

イ．裁判例及び相談等事例

（裁判例）

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。

もともと、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みると、条項の明確性（透明性）、予測可能性を考慮する事例（【58】、【63】、【67】、【115】）や、契約当事者の情報力・交渉力の格差を考慮する事例（【66】）、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（【15】、【105】）がある。

このほか、

- ・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対する損害賠償請求について、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、原告らの資力及

び本件管轄合意の内容、成立経緯などに照らして、第 10 条後段要件に当たらないとした事例（【3】）

- ・ 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として、同条の主張を採用しなかった事例（【13】）
- ・ 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された事例（【15】）
- ・ 保険料の払込みがされない場合に無催告で保険契約が失効する旨を定める約款の条項について、①保険料が払込期限内に払い込まれず、かつ、その後 1 か月の猶予期間の間にも保険料支払債務の不履行が解消されない場合に、初めて保険契約が失効する旨を明確に定めるものであり、②上記約款に、払い込むべき保険料等の額が解約返戻金の額を超えないときは、自動的に保険会社が保険契約者に保険料相当額を貸し付けて保険契約を有効に存続させる旨の条項が置かれており、③保険会社が、保険契約の締結当時、上記債務の不履行があった場合に契約失効前に保険契約者に対して保険料払込みの督促を行う実務上の運用を確実にしているときは、第 10 条後段要件に該当しないとされた事例。（【26】・最高裁判決。なお、反対意見がある。）
- ・ 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（【47】）
- ・ 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、被告代表者の兄が本件土地に皮革等の燃え殻を埋設した後、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、その後に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（【50】）

があり、その他、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、同法第 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（【107】）、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とした事例（【112】）がある。

### （3）検討会の議論状況

- ・ 第10条の前段要件及び後段要件は、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。
- ・ 抽象的であるがゆえに柔軟な適用が可能となる。
- ・ 具体的な不当条項に関する法規制は不当条項リストを充実させることで対応すべき問題である。
- ・ 最高裁判例（【35】、最判平成23年7月15日）は、第10条前段要件について、「任意規定」は、明文の任意規定に限定されない旨判示し、後段要件についても、「消費者契約法の趣旨、目的（同法第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慮して判断されるべきである」と判示しており、かかる判示を踏まえた法改正が必要不可欠である。

## 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関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ある一方、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】、【23】）、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
  - ③消費者の解除権・解約権・取消権を制限する規定
  - ④事業者に不相当な解除権・解約権を付与する規定
  - ⑤専属的裁判管轄合意規定
  - ⑥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
  - ⑦サルベージ条項
  - ⑧消費者に不相当な先履行を求める規定
  - ⑨立証責任を転換する規定
  - ⑩事業者による自力救済を認める規定
  - ⑪事業者の負担を消費者に転嫁する条項
  - ⑫消費者に高額な損害賠償をさせる規定
  - ⑬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
  - ⑭不当条項が含まれているとしても同意する旨の規定
  - ⑮事業者に一方的な権限を認める規定
- など

### (1) 問題の所在

現行法は、第10条を不当条項に関する一般条項とし、不当条項の具体的なリストとして、第8条及び第9条を規定している。第8条又は第9条に定められていない条項は、一般条項である第10条によって無効とされる場合があるが、同条は一般条項であるために要件が規範的抽象的な面があり、その適用の有無が必ずしも明確ではないとして、第8条及び第9条以外にも、不当と思われ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、不当条項に係る規律をより明確にすべきとの指摘がされている。

### (2) 関連事例

(裁判例)

#### ③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（【133】）

- ・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【139】

#### ⑥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（【94】、【96】（過払金）、【111】（過払金）、【121】（過払金）、【135】、【148】）

なお、このうち【148】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（【162】）

#### ⑤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

- ・早期完済条項（契約条項等、利息付金銭消費貸借契約の借主が貸付金の返済期限が到来する前に貸付金の全額を返済する場合に、返済時までの期間に応じた利息以外に返済する残元金に対し割合的に算出される金員を貸主に対し交付する旨を定める契約条項）について、仮に同条項を含む金銭消費貸借契約が利息制限法所定の制限の範囲内の利率を定めるものである場合であっても、第10条により無効であるとした事例（【63】）

#### ⑮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（【148】※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（【158】）
  - ・老人ホーム（【159】）
  - ・ゲーム施設（【160】）
- ②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（【52】）
  - ・探偵業者の調査義務（【161】、【167】、【169】）
  - ・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（【163】）
  - ・通販業者の債務不履行責任（【162】）
  - ・建築業者の保証債務（【164】）
  - ・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（【165】）
  - ・旅行業者の返金債務（【166】）
  - ・ペット販売業者の瑕疵担保責任（【168】、【170】）
  - ・マンション賃貸業者の返金債務（【171】）
  - ・探偵業者の返金債務（【172】）
- ③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（【173】）
  - ・県外への移転でなければ解約できないとする規定（【174】）
  - ・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（【175】）
  - ・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（【176】）
  - ・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（【177】）
  - ・本人死亡等の事由を除いては解除を認めない規定（【178】）
  - ・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（【179】）
  - ・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（【180】）

- ・通信販売契約において返品を 30 日以内に制限する規定（【181】）
- ・歯科診療契約において解約を 7 日間に制限する規定（【182】）
- ④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（【183】）
  - ・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（【184】）
  - ・家賃債務保証会社に賃貸借契約の解除権を与える規定（【185】）
  - ・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（【186】）
  - ・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（【187】）
  - ・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（【188】）
  - ・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（【189】）
  - ・賃貸借契約の無催告解除（【190】、【192】、【193】）
  - ・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（【191】）
  - ・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（【194】）
- ⑤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（【195】）
  - ・ネットワーク利用規約（【196】）
  - ・ゲームサービス利用規約（【197】）
- ⑦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（【198】）
  - ・「法律で許容される範囲において」免責（【199】）
  - ・「お客様の地域法で許容される範囲において」免責（【200】）
  - ・「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（【201】）
- ⑧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（【202】）
- ⑨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（【203】）
- ⑩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（【204】、【205】、【206】、【207】）
- ⑪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（【208】、【210】、【211】）
- ・建築中の建物の滅失による危険の転嫁（【209】）
- ⑫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な料金が徴収される規定（【212】、【224】）
  - ・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（【213】）
- ⑬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（【214】）
- ⑭不当条項が含まれているとしても同意する旨の規定
  - ・【215】
- ⑮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（【216】）
  - ・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（【217】）
  - ・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（【218】）
  - ・事業者に一方的な契約解釈権限を与える規定（【219】、【220】、【221】）

### （3）検討会の議論状況

（不当条項リスト一般）

[不当条項リストの拡充に賛同する意見]

- ・ 現行法は、第 10 条（一般条項）で包括的な不当条項規定をす一方、具体的な不当条項を規定した規定（不当条項リスト）を第 8 条と第 9 条の 2 条しかなく、一般条項に委ねられている部分が多すぎる。予見可能性、不当条項の抑止効果という観点からも、極めて不十分な状態であり、具体的な不当条項リストの充実が必要。
- ・ 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、リストを法定化すると、特にインターネットの分野は変化が非常に早いため、現実に合致しない状況が発生する危険が大きい。アメリカの FTC のように、法律では抽象的な文言にとどめ、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のが望ましい。
- ・ 適用範囲が良く分からない法規範だけがあって、具体的にどの契約条項がそれに当たるかが不明確な状況は良くないと意見があるが、今がその状況にある。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、難しい規定ぶりの第 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ければならない。不当条項リストの制定は、予見可能性・法的安定性を高めるという観点でメリットがある。

- ・ 不当条項の不当性にも程度があること、すなわち、一定の要件を満たせば他の要素を考慮するまでもなく当然に無効とされるべき極めて不当性が高い条項（ブラックリスト条項）もあれば、当該条項が不当とされる蓋然性が高くはあるが、他の事情によっては当該条項に合理性が認められる条項（グレーリスト条項）もあることを考えれば、ブラックリストとグレーリストという両リストをもって不当条項規定を整備すべき。具体的な不当条項リストは、これまでの裁判例、学説、比較法、社会で使用されている合理性に問題のある契約条項にち実例、紛争実態等を踏まえて法制化を検討すべき。

#### [不当条項リストの拡充に懸念を示す意見]

- ・ 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。

#### (③消費者の解除権・解約権・取消権を制限する規定)

- ・ 「いかなる理由があっても契約の解除は一切認めません」といった事業者の債務不履行を理由とする解除権をも否定する契約条項は、事業者が債務を履行しない場合についても消費者が契約から離脱することを認めないもので、合理性を認め難い。
- ・ 解約を了解されても一切返金されないなどのケースがあり、消費者の心理としては実質的に解約を拒絶されているのと同じである。

#### (⑦サルベージ条項)

- ・ 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。何も言わない相手方に対しては、特約により免責されることとなり、異議のある相手方に対しては、訴訟となり、裁判所が法令の定めからどこまで許されるかを判断してくれる。つまり、事業者は何のリスクも負わず、何も知らない消費者に不当なものを押しつけることを可能にする条項であり、問題がある。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であると

の意見が強い。

(⑥金銭消費貸借契約の期限前弁済における損害賠償を求める規定)

- ・ (民法(債権関係)改正において、諾成的消費貸借の明文化に伴い、金銭等の交付前の借主の任意解除権とそれが行使されたときの借主の損害賠償責任を定めることが議論されているところ、) この場合の損害賠償については、特に消費者金融において、借主の解除による貸主の損害には、貸付金の調達コスト等のいわゆる積極損害が考えられるが、例えば消費者金融の場面を想定すると、貸主である消費者金融業者は一般に多数の小口貸付けを行っているため、借主が受領を拒否した金銭を他の顧客に対する貸付けに振り向けること等によって特段の損害が生じないことも多いと考えられる(中間試案補足説明)。損害がないと考えられることから、その旨(損害賠償責任の不発生)を消費者契約法で明文化することが考えられる。
- ・ 消費者が損害賠償責任を負わないとする規律については、消費者契約一般を対象としてよいか、金銭貸付業者に限定すべきか、例外的に損害賠償義務を負う場合を規律すべきかが検討されるべき。
- ・ 規定の性格に関して、「事業者を貸主、消費者を借主とする金銭消費貸借において、金銭交付前に消費者が契約を解除した場合に事業者がそれによる損害を賠償できるとする条項」を不当条項とするなど、部分的には不当条項による手当てが可能であるが、何ら契約に定めがないときに損害賠償範囲について解釈に委ねられたままになる。そのため、消費者契約におけるデフォルト・ルール(むしろ特定の契約類型についての強行規定)として規定を設けるのであれば全面的な対応は図れない。
- ・ 金銭交付前解除の場合と期限前弁済の場合と同じ規律でよいかは検討する必要がある。金銭交付前解除の場合は、およそ損害賠償請求はできないとし、期限前弁済についてはデフォルト・ルールとしてはできないとすることなどが考えられる。

(⑦事業者に一方的な権限を認める規定)

- ・ 契約書の文言の解釈を排他的に事業者に認める条項、事業者の消費者に対する権利の発生若しくは権利行使の要件についての判断権限を事業者に認める条項、事業者が消費者に対して負担する責任若しくは責任免除に関する判断権限を事業者に認める条項を有効とすれば、あたかも契約当事者の一方に契約内容の決定権を与えるのと事実上同様の結果になり、消費者の契約上の地位は著しく不安定かつ不利益なものとなる。
- ・ 給付内容等の一方的な決定ないし変更を認める条項を有効とすると、事業者は、当初の契約の拘束力を一方的かつ片面的に否定できることにな

るが、それでは他方当事者である消費者は、契約締結時に予測していなかった不利益を被りかねない。

(その他)

○事業者の法令上の責任制限条項

- ・ 事業者の定める免責条項のうち紛争事例が多い損害賠償義務に関する免責条項については、これを一定の場合に無効とする旨のブラックリストが現行法第8条第1号ないし第5号において規定されている。しかし、債務の履行義務など損害賠償責任以外の法的責任の免責条項については不当条項リストが存在しない。

○事業者の清算義務等の減免条項について

- ・ 契約が終了した際の事業者の清算義務を減免する条項は、本来であれば消費者に対して返還すべき金員の不当利得を許容する点において、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

○過大な損害賠償の予定又は違約金について

- ・ 特に消費者契約においては、事業者が契約条項を一方的に作成していることが多いことなどから、損害賠償額の予定ないし違約金条項によって事業者が消費者の犠牲の下、不正な利得を取得する危険性がより高い。契約終了に伴う過大な損害賠償の予定又は違約金条項は、現行法第9条第1号に規定があるが、契約終了に伴わない条項についても不当条項リストが必要である。

## 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（【105】）
- ・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（【147】）
- ・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と、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（【151】※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（【222】）
- ・勧誘ページ・登録ページは日本語で、規約は英語で記載（【223】）
- ・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（【49】、【50】、【51】、【52】）

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（【58】、【225】、【226】）
- ・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（【212】、【224】）
- ・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（【227】）

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（【228】）
- ・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）（【229】）

### （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。
- ・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. 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トラブル案件、例えば、いわゆるマンスリークリア方式の与信契約である場合、金銭消費貸借契約など立替払い契約以外の与信契約である場合なども少なくないとして、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（【64】）。

### (3) 検討会の議論状況

[抗弁の接続に係る規律の導入に賛同する意見]

- ・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、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。法第5条の適用もできない場合が多い。
- ・最判平成2年2月20日集民第159号151頁は、購入者と販売業者との間の売買契約が販売業者の商品引渡債務の不履行を原因として合意解除された事案において、抗弁接続条項が存在しない場合には、原則として抗弁の接続を否定しつつ、与信業者において供給業者の不履行に至るべき事情を知り若しくは知り得べきでありながら与信を実行したなどの不履行の結果を与信業者に帰せしめるのを信義則上相当とする特段の事情がある場合には、購入者が、供給業者に対して生じた事由をもって与信業者に対する債務の弁済を拒むことができる旨判示している。特に現代の消費者契約においては、供給業者と与信業者の業務提携によって商品

販売契約等と与信契約の目的及び契約締結手続が実質的に見て一体と認められる事案が少なくないことや、事業者と消費者の情報・交渉力格差の大きさを踏まえると、消費者の保護並びに消費者・事業者への予見可能性の確保という観点から、少なくとも消費者契約の分野において上記のような抗弁接続規定を設ける必要性は高い。

### 3. 複数契約の無効・取消し・解除

#### ➤ 複数契約の無効・取消し・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（【159】。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（【32】・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・【146】）

- ・ 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契約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・【156】）
- ・ 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・【159】）
- ・ 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（【160】）

（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（【18】）
- ・ パソコンとモバイル WiFi ルータ（【53】）
- ・ 投資用DVDの購入契約とその資金捻出のための借入れ（【103】、【104】、【105】、【106】）
- ・ 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（【230】）
- ・ アンテナ工事とテレビや映像機器の購入契約（【231】）

### （3）検討会の議論状況

[複数契約の無効・取消し・解除に係る規律の導入に賛同する意見]

- ・ 現代社会においては、取引の要請にしたがって、1つの取引に各種の契約を組み合わせる現象が多数見られるようになってきており、

複数契約が結合した取引形態の増加に伴い、そのような取引に関与した消費者と事業者との契約トラブルも発生している。このような複数の契約が組み合わされた取引の実状を踏まえると、取引の目的や当事者らの認識において、複数の契約が一つのパッケージとして相互に密接に関連づけられた契約群であると評価できるような場合には、全体として契約の取消し、無効あるいは解除を主張できるような法規範を定立することが、取引の実態にも、当事者らの認識にも、社会正義の観点にも、法律関係の明確化という観点にも合致する。

- ・ 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。

## ➤ 継続的契約の中途解約権

### （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（【232】、【233】）

### （３）検討会の議論状況

[継続的契約の中途解約権に係る規律の導入に賛同する意見]

- ・ 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ように求め、また、継続的契約では契約締結当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。

- ・ 継続的契約の場合、契約期間が長期間となり、消費者契約においては対価が高額になることが多い。契約締結後に転勤など契約を継続することが困難となる事情が生ずる場合もある。このような場合に継続的契約に拘束され続けることは、消費者にとって大きな不利益である。消費者契約に係る継続的契約においては、消費者に対し、将来的に契約から離脱できる解約権を認める必要性が極めて高い。
- ・ 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、現場では非常に苦労している。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。

[継続的契約の中途解約権に係る規律の導入に懸念を示す意見]

- ・ 「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。

## 第7 消費者契約法の見直しに当たって考慮すべき点

本検討会では、第6までの論点項目に関する議論のほか、消費者契約法の見直しにあたって考慮すべき点についても、有益な議論がされた。主な議論は以下のとおり。

### ○立法という選択肢について

- ・消費者被害の対応策としては、実体法改正による対応のみならず、法文解釈による対応もあり、また、一般法ではなく個別の業法や特別法での対応が適切な場合や、行政規制や業界の自主ルールによることが適切な場合もある。そして、悪質な商法の被害に遭わない（健全な事業者を選択する）賢明な消費者を育てるという消費者教育及び消費者自身の努力も必要である。
- ・消費者契約法はあらゆる消費者契約に対して適用される基本法であり、だからこそ、いわゆる悪質事業者ではない法令遵守を心がけている事業者に対する影響にも十分な配慮をする必要がある。そして、健全な事業者が対象であれば、ガイドラインや規格等のソフトローによる対応も有効である点に留意すべきである。
- ・意図的に法令違反をする事業者も存在するが、意図せず法令違反をしてしまっている事業者も存在する。実体法ルールの整備は、そういった事業者にとっても意義のあることである。
- ・訴訟で勝訴しなければ解決できないというのは問題であり、現行法の解釈により救済され得るからといって現状のままでよいという理由にはならない。消費者による自主交渉や消費生活センターによる交渉のレベルにおいて、当たり前前に認められるような改正をすべき。
- ・社会の変化の1つである情報化に関し、情報化の進展により消費者に対する新たな脅威が出現する一方、消費者自身が情報を収集する手段や入手可能な情報量が飛躍的に増えている側面がある。個別取引の場面において、事業者との情報量や交渉力の格差が縮小あるいは逆転している例も少なくないことに留意すべき。
- ・国際基準に比して、過度に不注意な消費者であっても救済される規律を導入した結果、国際化により増加する涉外取引において、日本の消費者が狙い撃ちにされるおそれがある点にも留意すべき。
- ・消費者契約法の見直しの検討にあたっては、関係各者の意見をバランスよく聴取した上で、現行の実務を十分に踏まえて行うべき。

### ○関連法令との関係について

- ・業務停止等行政処分の方が、取消しという民事効以上に、抑止効果が大きい場合もある。

・行政規制の存在は、私法上の救済がされないことを正当化するものではない。

### ○立法による場合の「濫用」の懸念について

・「濫用」の懸念には、2つの使われ方がある。1つは、規定の内容ないし仕方が必ずしも趣旨を適切に表現できていない場合に、本来の趣旨を離れて当該規定が使われる可能性があるというものである。この意味での濫用の懸念については、そのようなことのないように可能な限り要件を明確化するなり、あるいは趣旨を織り込めるような形で要件を定めるというようなことの努力をしていくべきであり、それが困難である場合には、少なくとも当面は立法がしにくいという結論に至るのも理由がある。もう一つは、規定の内容自体も正当で、趣旨を明確に表した規定の仕方もされているが、その規定があれば、その趣旨をおよそ正確に理解せずに自己の利益主張のために濫用的に使われる可能性があるという意味の濫用の懸念である。しかし、このような可能性は常にあるものであり、むしろ、内容も正当だし、その趣旨も適切に表した条文にできているにもかかわらず立法できないとなると、立法事実もあり、一定の解決が必要な問題が結局放置されることとなり、立法政策として極めて問題であると思われる。