

消費者契約法の運用状況に関する検討会
第9回議事録

消費者庁消費者制度課

議事次第

日時：平成26年9月30日（火）

12:00～14:55

場所：消費者庁6階会議室

1. 開会

2. 議事

・報告書の取りまとめ

3. 閉会

○座長 それでは、定刻となりましたので、これより第9回「消費者契約法の運用状況に関する検討会」を開催いたします。

まず、傍聴の方々も含めて皆様への御案内となりますが、運営要領に従い、撮影や中継につきましては、これまでということにします。

議題に入る前に事務局の方から本日の配付資料の確認をお願いいたします。

○須藤課長補佐 本日の配付資料を御説明いたします。

お手元の配付資料ですけれども、議事次第、座席表、委員等名簿、それに続いて事務局作成の資料1を配布しております。こちらが報告書の案文になります。

また、委員提出資料1から3が提出されておまして、こちらは報告書の案文について3名の委員の方からコメントが述べられております。委員提出資料1は沢田委員から、委員提出資料2は山本（健）委員から、委員提出資料3は藤猪委員から、それぞれ御提出いただいた資料です。

本日の配付資料は以上です。資料に漏れ等がございましたら、お知らせいただければと思います。

事務局からは以上です。

○座長 ありがとうございます。

それでは、本日の議題に入ります。本日は、事務局より報告書（案）について御説明いただき、その後、皆様の御議論をいただきたいと思います。議論は論点ごとに進めてまいりますので、委員提出資料の内容については各論点の議論の中で御発言いただけたらと思います。

事務局より資料1について概略の御説明をお願いいたします。

○宗宮専門官 資料1について御説明いたします。

資料1は、前回の資料でお出した報告書（案）が本検討会第1回から第6回の議論を反映したものとなっておりますので、第7回分と第8回分の議論、それから、前回の報告書を踏まえて新たにいただいたご意見を踏まえた修正をしたものとなっております。

構成にも変更がありまして、前回はローマ数字のⅠからⅥだったのですけれども、最後にⅦとして「結語」をつけ加えております。

それからⅢについて、前回の報告書の中では第1から第6で各論点項目に関連する記載をしていたところ、論点項目以外にも有用な御議論をいただいておりますので、それらをまとめたものを第7として、78頁に追加しています。

資料1のうち、網掛けを付している部分は、第7回と第8回分の追加、それから、新しく前回の報告書を踏まえていただいた新規の意見として受け付けたものになります。

資料1については以上です。

○座長 ありがとうございます。

本日の議論の進め方ですけれども、先ほど事務局から説明がありましたとおり、資料1の中でマーカーで色がついている点は、第7回及び第8回で述べられた意見と第8回以降に新規で御提出いただいた意見を示しております。これらは新たに提示されたものになりますので、本日は、まず、マーカーで色がついている部分について一通り御議論をお願いしたいと思います。その後、マーカーのついていない部分についても御意見があれば伺う機会を設けたいと思います。

それでは、4頁、Ⅲの「第1 総論」のうち、マーカーのついている部分について事務局から御説明をお願いいたします。

○宗宮専門官 資料1のⅢの第1のうち、新たに追加したマーカーをつけている部分について御説明をいたします。

まず、7頁ですけれども、「消費者概念を拡張することに賛同する意見」の中の4つ目の御意見になります。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考えなければいけないということを御指摘です。

次に、7頁の一番下ですが、相手方事業者との当該契約によって個人が「事業者」となるようなケースにつきまして、事業を行うための契約をして開業したけれども、実質的に事業とはいえない状況にあるという場合に、その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だという御意見をいただいております。

それに対しまして、9頁ですけれども、消費者概念を考えるに当たっては、インターネットが発達したという社会状況を踏まえまして、消費者が情報入手しやすくなっているということ、消費者間が連携しやすくなるということによって、消費者が事業者より情報や交渉力を有するケースで、いわば消費者と事業者が逆転するようなケースもあるという情報化に伴う社会的変化にも留意すべきだという御意見を追記しております。

それから、日本の企業の大部分が個人事業主・小規模事業主であるという実態を十分に踏まえて、経済に混乱をもたらさないように、その消費者概念を考えるときには慎重に検討すべきだという御意見を追記しております。

続いて、14頁の「消費者契約の内容の情報提供」の上から2つ目の御意見ですけれども、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ということは、事業者が一番良く知っているはずであり、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、その必要もないのではないか、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のではないかという御意見を追記しております。

その2つ下、裁判によって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すると、信義則上の情報提供義務・説明義務が判例上認められていて、司法判断に委ねれば足りるということとは言えないのではないかという御意見を追記しております。

その4つ下、相手方によって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ことを踏まえまして、情報提供義務との関係で、消費者契約法で何らかの対応をするということが考えられるのではないかという御意見を追加しております。

一方で、情報提供義務の法的義務化に対して懸念を示す御意見として、社会通念上一般的な情報であるとか、契約の締結に通常影響を与える情報であるといっても、具体的範囲が不明確であって、行政等が必要と認めている情報を超える可能性もあり予見可能性を欠く、必要な情報の内容・種類というのは消費者によって異なるということを留意すべきという御意見を追加しております。

15頁の2つ目のポツですが、消費者契約の現場では、事業者は、消費者のみならず取引先や外注先との関係にも対応する必要があり、「通常影響を与える」という一義的に明確でない基準を設けられると対応が困難である。「マニュアルに従えば十分で、取り消されることはない」というセーフハーバールールがあるならばまだしも、それが無い状態の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いう御意見を追加しております。

15頁下から3つ目には、情報提供義務違反の効果について、損害賠償や契約の取消しを考え得るところ、そういった効力が強力であって、利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いことの配慮も必要である旨の御意見を追記しております。

続いて、消費者が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という選択肢が消費者自身にある点にも留意すべきだとの御意見を追記しております。

その下ですが、関連事例の中には、業法で規律されるべき領域であるとか、特殊の領域であるとか、個々の事情に着目したものというのがあるところ、これらの事例に基づいて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のは適当ではないとの御意見を追記しております。

続いて、16頁、「その他」の中の2つ目で、これまでの経験で推測が困難な高度複雑化した商品・サービスについて、消費者みずか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のではないか。インターネットが普及し

てきたといっても、確実に重要な情報を見極めるということは消費者にとっては困難であって、その質や量が十分であるかどうかの確認ができないのが現状であり、また、情報収集する手だても限られていることに加えて、IT機器を活用できない人たちも多くいるということは考慮すべきとの意見を追加しております。

18頁の「解釈準則」ですが、民法改正の議論の中で、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のですが、要綱仮案では取り上げられないこととなりました。これを踏まえまして、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規定を設けることが検討されるべきではないかとの御意見を追加しております。

また、その次の点ですけれども、条項解釈において、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、それとも、その契約における当該顧客の理解を基準にするのかという観点の解釈規定というのも消費者契約においては重要であるので検討を要するのではないかという御意見を追加しております。

他方で、解釈準則に関する規律の導入については懸念を示す御意見もありまして、解釈準則に係る規律を設けなくても、解釈に関しては事案に応じて裁判所が最も合理的な解釈を示すというのが適当ではないかという御意見です。

続いて、19頁で、「消費者の努力義務の在り方」に関して、消費者契約法は、第1条の目的にもあるように、消費者と事業者の間に格差が存在することを前提として、消費者の自立支援を図るものであって、そのための環境が十分に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り、そういう整備がされている状態とは言えない状況であるにもかかわらず、消費者側に努力義務を課すことは適切ではないのではないかという御意見を追加しております。

最後に、消費者契約法3条2項に基づいて、消費者教育の必要性が高まっている側面というのもしっかり考えるべきだという御意見です。

第1については以上です。

○座長 どうもありがとうございました。

ただいま御説明いただいた部分につきまして、御意見等がありましたらお出してください。よろしく願いいたします。

○藤猪委員 報告書(案)の18頁の「解釈準則」の賛同の一番下の御意見について、1点コメントを委員提出資料3の2頁目に記載しております。「個々の顧客の理解を基準にして契約条項が解釈される」と報告書(案)に記載されておりますが、「報告書(案)の23頁にも記載のある『不当な主張をする消費者は当たり前にいる現状』において、そのような主張がさらに増大し得ると共に、消費

者毎に契約条項の解釈を変えた場合には、消費者間に不公平が生じ得る点にも留意する必要がある」と考えます。

以上です。

○座長 山本（敬）委員、よろしくお願ひします。

○山本（敬）委員 前回欠席してしまいましたので、議論を踏まえていません。ですので、もし誤りがあれば御指摘いただければと思いますが、今の藤猪委員の指摘されている18頁の条項作成者不利の原則に係る部分なのですけれども、条項作成者不利の原則は、契約の解釈に関して認められているさまざまな基準を全て適用しても条項内容を確定することができない場合に初めて適用されるルールとして位置づけられています。ですので、「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」というのは当然のことで、そのような解釈をしても、なお内容を確定することができない場合に、条項作成者不利の原則に従って条項内容が確定されるということです。

「裁判所で最も合理的な解釈を示す」と言われていますけれども、この意味も少し不確かで、一般に言われている解釈準則によりますと、少なくとも相手方から見て合理的に解釈すればこのような意味として理解できるということが確定できる場合には、特別な事情がない限り、それに従って解釈することになりますので、そのような準則に従っても、なお契約内容を確定できない場合に条項作成者不利の原則は適用されるということですから、ここに書かれていることは、条項作成者不利の原則の内容を正確に踏まえたものではないように私には感じられました。

その意味で、このまま載せても本当に良いかどうか、私は疑問を感じるのですけれども、いかがでしょうか。前回議論があったのかもしれませんが、もしそうであればお教えいただければと思います。

○座長 増田委員、よろしくお願ひします。

○増田委員

条項解釈を消費者ごとに変えるということ自体の意味がわかりません。利益を目的とする事業者さんの場合は、例えば個別の消費者にとっても顧客サービスのレベルでどこまで対応するのかということと、それから、条項としてはこういうものであるということとは分けて対応すべきだと思いますので、それを「不当な主張をする消費者は当たり前にいる現状」ということを前提にして全て一律の表現というのはおかしいと思いますので、少し表現を変えていただきたいと思います。

○座長 藤猪委員は、いかがでしょうか。

○藤猪委員 増田委員の御意見については、本日表明したものはコメントですので、特に追記を要請するものではありません。

山本（敬）委員の御質問については、このような懸念があるという意見として掲載していただきたいと思います。

○山本（敬）委員 よろしいでしょうか。懸念の意味がわからないのですけれども、条項作成者不利の原則の意味内容がおかしいと言っているのか、それとも、それは問題ないのだけれども、実際にそれを誰が使うか、裁判所が使うのか、あるいはそれ以外の人が使うのかに応じて何か懸念があるのか、そこをはっきりしませんと、このコメント自体が条項作成者不利の原則に対する誤解を助長するようなどころがあると思いましたので、お考えいただく必要があるのではないかとということです。

○藤猪委員 第6回検討会の「企業実務からみた考察」にて御報告のとおり、このような規定によって無用の主張やトラブルが増えるという懸念を持っているという趣旨で書いたのですけれども、わかりにくいということであれば、表現の見直しを検討したいと思います。

○座長 沖野委員、よろしくお願いします。

○沖野委員 今のやりとりの中でよくわからなかった点があるものですから確認させてください。最後に藤猪委員がおっしゃったのは、報告書の18頁の記載自体についておっしゃったのでしょうか。それとも、今回御提出になった委員資料の2頁のところの不当な主張をする消費者の存在ということを考えると懸念があるという、こちらについておっしゃったのでしょうか。

○藤猪委員 報告書（案）の18頁の記載がわかりづらいという御指摘だったので、必要があればその表現を見直したいと考えております。

○沖野委員 2点あります。これはちょっと越権かもしれません。山本（敬）委員がおっしゃるべきことかと思いますがけれども、そのままで維持することが適切であるという御回答でしたら、あるいは、一つの考え方として条項作成者不利の原則というのは、まさに一般の解釈準則が尽きたところに働くものなので、このコメントにあるようなものは、むしろ解釈準則の誤解ではないかという指摘があるということです。それから、解釈準則の妥当範囲に関して裁判所に限るというので良いのかという面もあるかと思います。裁判所で解釈が示されるからそれで足りるということにはならないのではないかという点です。これら2つのコメントを、むしろ反対側の方で整理していただくと、よりお考えがそれぞれ明らかになるのではないのでしょうか。表現はお任せしたいと思いますし、もちろん、山本（敬）委員の方からより適切な表現なりのお考えがあるかと思えます。それが1点です。

もう1点、ここに関わるのですが別のこととして、18頁の解釈準則の整理なのですけれども、もともとは、とりわけ条項作成者不利の原則をめぐる議論であったためにこのような形で整理してくださったのだと思います。ただ、第8

回を受けて2つ加えていただいた部分、「解釈準則に係る規律の導入に賛同する意見」の方で、これは解釈準則に係る規律の導入に賛同する意見としてここに整理するのが適切なのかということです。と申しますのは、新たな2つ目のポツというのは、契約の解釈においても指針となるわけですがけれども、より目的規定から導かれる基本的な考え方を法律の解釈においても、あるいは、信義則ですとか、あるいは、もう少し一般条項的なものの理解においても入れてくるものとして、そしてまた、契約の解釈においても根底にはこういうのがあるということだとすると、「解釈準則に係る規律の導入に賛同する意見」と分類して良いかということ、恐らく、むしろ「その他」の方に行くのではないかと思います。

それから、もう一つの点なのですけれども、条項の解釈というときに、条項作成者不利の原則だけで良いのかという問題があり、これは契約条項だけにかかわらないのですけれども、顧客の理解というようなものをどう取り込むか、そのときの顧客の理解というのは何を基準に考えていくのかといった点について明らかにすることも必要ではないか。少なくとも検討事項ではないかというのが3つ目のポツであって、これは解釈準則に係る規律の導入に賛同する意見ということではあると思うのですけれども、条項作成者不利の原則に限定しますと、ややミスリーディングであるように思われます。

しかし、もともと条項作成者不利の原則というのは、一番中核にこれまでも議論されていたものですから、例えば、解釈準則ということで今の形を生かしていただいて、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、それに対して懸念を示す意見ということで、それ以外の解釈準則に係る意見というか、その他の意見ということで、場合によっては藤猪委員が今回の資料で出されたような点がそれに対応してくるのかなというふうにも思いますので、枠組みを若干切り分けてはいかがでしょうか。

○座長 沢田委員、よろしくお願いします。

○沢田委員 今回の沖野委員の御説明でかなりクリアになったと思うのですけれども、藤猪委員の御意見というのは、条項作成者不利の原則に対する懸念も一部あり、裁判所で考えれば良いのではないかというのはそれに当たるのだと思いますが、むしろ、今御指摘があったように、個々の顧客の理解を基準にして契約が解釈されるということに対する懸念というふうに受けとめたのですが、違っていたら教えてください。それは、私も賛同するところでして、後ほど御紹介させていただきます事例は、1対1ではなく、1対多の契約なのです。一つの事業者との一つの契約に対してたくさんの顧客がいる状態なので、そういったケースについて、一人一人の顧客の理解度に応じて解釈が変わると、非常に不安定な状態になってしまうという懸念かなというふうに解釈いたしました。

○座長 ほかにございますでしょうか。

山本（敬）委員、よろしくお願いします。

○山本（敬）委員 今日は議論しない回だと思しますので、控えなければならないのはわかっているのですけれども、今の点も、顧客の理解を基準にすることだけを問題にしておられるのか、それとも、契約をする際には、特に対面の販売等の場合では対面の場面で実際に販売の任に当たる者がさまざまな説明をしたりするわけですが、その説明の仕方や内容は全ての契約において全く同じになるはずもなく、さまざまな契約の状況に応じて異なってきますので、どのような説明をされるかに応じて顧客の理解が変わってくるという側面もあるだろうと思います。後者の側面についても、それはいけない、画一的に解釈してもらわないと困るとおっしゃるのであれば、これはかなり大きな問題であって、そう簡単にはいかないだろうと思います。いずれにしましても、一方ないし双方、どちらを問題にしておられるのかということをしはつきりさせていただければと思うのですが、いかがでしょうか。

○沢田委員 私が問題にしていたのは、個別に説明する機会がないような契約形態の場合です。お店に並んでいるものをそのままかごに入れて買っていかとか、インターネット上に並んでいるものを買物かごに入れてクリックするという形で買っていくものについては個別の説明という場面がありませんので、事業者側にすれば同じ行為に対して消費者側の受け取り方が違うということになるわけです。そういう場面のことを心配しています。

今日追加していただいたのは皆さんの「意見」なので、それに対してどうこういう話ではないと基本的には理解しているのですが、念のため確認させていただきたかったのは、山本（健）委員からの御指摘で報告書7頁に追加されたところです。同じ消費者保護法であっても、特定商取引法では保護がかかっている、消費者契約法では保護がないという御指摘なのですが、私が理解していたところでは、特定商取引法は特に消費者トラブルが多い取引類型を特定して特別な保護の規定を置いた特別法という位置づけだと思います。通常取引にも適用される消費者契約法に書いていない、重い保護がかかっているのは、むしろ当然ではないかと思っていたのですが、この2つの法律の関係は、むしろ消費者庁さんにお聞きするのが良いのでしょうか。どういうふうに考えたら良いのかなとちょっと混乱したものですから。

○座長 消費者制度課長、よろしくお願いします。

○消費者制度課長 まず、沢田委員の御指摘の消費者契約法と特商法との関係は、一般的には、消費者契約法は消費者契約の一般法、民法の特別法ではありますがけれども、消費者契約の一般法という側面がありますので適用対象は非常に広がっておりまして、特商法は、訪問販売などの特定の分野におけるルールで

すから、そういう意味では、消費者契約法よりは適用範囲が狭くなっておりま
すので、特別法としての位置づけであると思います。

ただ、恐らく山本（健）委員がここでおっしゃっているのは、消費者なのか
事業者なのかというのが非常に微妙な案件において、特商法では営業のために
する場合は除くというふうな規定になっておりますけれども、営業のためにす
るという解釈において当該者の事業に関するものでない取引である場合は営業
のためにするものとは言えないというように考えた例もあると思いますので、
そういったことを念頭に、特商法におけるそういった解釈も消費者契約法にお
いて参考になるのではないかという趣旨ではないかと思ひまして、それはそれ
で、だから直ちに消費者契約法がどうこうするというわけではなく、一つの意
見としてはあるのではないかというふうに思ったところです。

○座長 山本（健）委員、よろしく申し上げます。

○山本（健）委員 私の発言部分について御質問を頂戴しましたので、意見を述べ
させていただきます。

今、加納課長に御指摘いただいたとおり、特商法における考え方を消費者契
約一般において参考にできるところもあるのではないかという観点からの意見
でございます。それは、消費者契約法における考え方が民法においても参考に
なるのではないかというのと同じことございまして、特別法における法解釈
や考え方が一般法の法解釈においても参考にできる部分があるのではないか、
そういう趣旨の意見でございます。基本的な法律の性格自体については、特別
法、一般法という関係にあることを当然の前提とした意見内容でございます。
以上です。

○座長 宮下委員、よろしく申し上げます。

○宮下委員 今の件については、第2回目の検討会で私が報告した内容にも関係す
るところなのですが、例えば契約取消権は2004年の改正で特商法に導入されま
したけれども、基本的にはそういう契約の締結時に関するトラブルというのは
非常に多い、ただ、その中で特に特商法はトラブルになる種類の取引を相当程
度カバーしているというところからその規定が導入されたというのが、たしか
当時の改正理由に関する説明だったと思うのです。

ですから、契約取消権などについては、特に特商法の取引だけが非常に問題
だからそれを導入したということではなくて、一般的に問題なのだけれども、
特にトラブルの多いところで対処したということであって、決して特商法特有
の事情でそれが導入されたということではないと私は当時理解していました。
そのようなことを踏まえると、今の御意見というのは、特商法だから特別に入
れられたルールということではなくて、消費者関係の一般法でも十分取り入れ
られるルールを先行して特商法に入れたのだという理解をすれば成り立ち得る

というようには思いますので、その点だけ補足させていただきます。

○沢田委員 消費者性、事業者性の話だけではなく、もっと広い話としておっしゃっているということですか。

○座長 今回の御質問はどなたに対する御質問ですか。

○沢田委員 山本（健）委員です。

○山本（健）委員 7頁においては消費者概念の論点に関する意見部分を取り上げていただいています。けれども、例えば「重要事項」に関して、動機づけ部分に拡張している特商法の考え方を消費者契約法にも及ぼせるのではないかとこのところにおいても、同じような問題はあります。消費者概念に固有の問題ではないというふうに思います。

○座長 ただいまの部分なのですけれども、沢田委員の御意見ですと、山本（健）委員の御意見の部分を削除する方が良いとかそういうことではなくて、このままでもよろしいということですか。

○沢田委員 もちろん御意見ですので、修文するとか削除するとかという話では全くなく、背景を確認させていただきただけです。

○座長 では、これでよろしいですか。

○沢田委員 はい。

○座長 ありがとうございます。

○宗宮専門官 先ほど御議論いただいた18頁の「解釈準則」のところなのですけれども、山本（敬）委員の御指摘を踏まえると、問題の所在で解釈準則の内容について記載があるのですが、より明確にするような形で、最終的な手段であるということ、合理的意思解釈をしたとしても何を合意したのかがわかりにくいというようなときの規律だということをもう少し工夫して書いた上で、既に出ている御意見についての整理をすることが必要なと思いました。

あとは、沖野委員からの御指摘にもあったように、今、解釈準則は括弧で「(条項作成者不利)」と書いているのですけれども、解釈準則の内容はそれだけではないということも踏まえた記載に直したいと思います。

その上で、意見を整理するに当たって、18頁の「懸念を示す意見」について、ここに記載されることが適当でないのではないかと御指摘だったと思うのですけれども、ここで「懸念を示す意見」というのは、合理的に解釈するようなことができないという場面自体があまり想定できないのではないかと御意見と理解することもできるのかなと思ったのですが、そこはいかがでしょうか。というのは、仮にそうだとすれば、ここでいう解釈準則というものが求められているような場面がないのだという意味で、懸念を示すなり反対の意見という形で位置づけることは可能かなと思うのですが。

○藤猪委員 そうなるとどういう整理になるのか、よく理解できていないのですけ

れども、御質問の趣旨について補足説明を頂けるでしょうか。

○宗宮専門官 解釈準則自体が要らないのだという御意見だと思うのですけれども、裁判所が合理的な解釈を示すことが適切だという点については、そもそも裁判所が適切な判断をすることができないときに条項作成者不利の原則が出てくるのであって、条項作成者不利の原則の中身に対する懸念にならないのではないかというのが今の議論状況だと思うのです。条項作成者不利の原則自体が、裁判所が合理的な解釈を示すことができない状況での準則だということは一応書いてはあるのですけれども、もうちょっと明確にするような形にした上で、18頁の懸念を示す意見をどう整理するかということについて御意見を伺いたいと思っているわけですけれども、条項作成者不利の原則が最終的な手段であるというのに対して、何らかの懸念を示す意見とすると、そもそも裁判所ですら合理的な解釈を示すことができないという場面が想定できないということをおっしゃりたいのかなと思ったのですが、そういう御趣旨とはまた違いますか。

○藤猪委員 そのような趣旨ではないのですが。

○山本（敬）委員 先ほど、わかりにくい言い方をしてしまったために混乱させているのかもしれませんが。

条項作成者不利の原則については昔から議論があって、現在では一定の理解が既に確立しているのですが、それに対して、実際の契約書、あるいは約款に使われている言葉が、それ自体として見れば幾つかの意味にとることはできる場合に、常に条項作成者の不利になるような解釈をすべきである、それが条項作成者不利の原則であるという誤解が流布してしまっていて、そのような準則を採用するのは問題であるという指摘がよく行われています。しかし、それは、この条項作成者不利の原則を正確に理解した批判ではない。そうではなくて、言葉自体としては複数の意味がとれるときでも、一般に承認されている契約の解釈準則によると、一定の意味をこれが契約内容だと確定できる場合については、それが契約の内容になる。そのような解釈準則を駆使しても、どうしても複数の意味が残ってしまうというときに、では、契約は無効かというところではなくて、契約の効力を維持した上で、しかし、条項作成者の不利に解釈する。それはなぜなら、条項を作成した者がこのような多義的な条項を作成したからであるという説明をする。

こうなっているわけであって、先ほど申し上げたような一般に流布している誤解はできる限り払拭しないといけないと思います。藤猪委員のここに掲げられている御意見は、私が見たところ、どうもこの誤解に基づいているのではないかと、そう読むと理解できる御意見なのですけれども、それをこの報告書に書くのは、何か誤解をオーソライズしたようなことになりかねないというのが私の申し上げていることです。意見は尊重しないといけないのですけれども、誤

解をオーソライズするようなことになりますと、それは問題ですので、御意見の趣旨を条項作成者不利の原則の正確な理解に基づいたものに改めていただくのが望ましいのではないかという趣旨で申し上げました。

○座長 ありがとうございます。

いろいろ御議論いただいてどうもありがとうございます。ここの部分に関しては、幾つか問題があるということですが、藤猪委員の御意見の中で「解釈準則に係る規律を設けなくても」というふうにお書きになっていますので、これは、設けることについては反対だという御意見だということなのではないでしょうか。むしろ解釈原則ということを見ると、この後、「設けなくても」の後に「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、このあたりについては解釈原則の中で一つ指針になるという部分もあると思いますので、ここの中で生かせるものを生かして、それから、今、いろいろ御指摘があるところですので、そういうことを踏まえた形で御相談させていただくという扱いでよろしいでしょうか。

○藤猪委員 わかりました。よろしくお願いします。

○座長 沖野委員、よろしくお願いします。

○沖野委員 一つ前に戻ってもよろしいですか。

7頁の山本（健）委員の御指摘をめぐるやりとりの中で、最終的に御指摘をどうするかということで、もちろん維持するというところだと思っておりますけれども、ここで言われていることは、一方では消火器の充填事例のような特商法等で事業者であっても一定の保護がされているのに対して、消費者契約法が限定し過ぎではないかという主体にかかわる部分の問題と、もう一つ、情報提供の観点で、意思決定に至った事情などが特商法の方では消費者契約法ができた後に広げられる形で入れられているけれども、その根拠を考えるとそれは別に訪問販売であるという態様に特化したものではなくて、そこに一般的に汲み取るべきものがあるという意味で情報提供のところに係る両面があるということが明らかになったと思っておりますけれども、さらにもう一つ、一般化しますと、特別法で既に規律が入れられているけれども、その規律の基礎づけにおいては消費者契約法でむしろ汲み取るべきもの、あるいは、それを考えると現在の規律がいびつになっていないかという一般的な御指摘でもあったと思います。

そうしますと、ここの問題は、具体的には適用範囲の問題と情報提供といえますか、意思表示の取り消しといえますか、その部分とともに最後につけてくださった関係法令との関係ということにもかかわるかと思っておりますので、そこでも取り込めないかということをお検討いただくと、一層今回のやりとりが意味のあるものになるのではないのでしょうか。

○座長 どうもありがとうございました。

山本（健）委員は、それでよろしいでしょうか。

○山本（健）委員 ありがとうございます。ぜひそういう方向でよろしく願い申し上げます。

○座長 沢田委員、よろしくお願いします。

○沢田委員 それで結構かと思うのですけれども、その場合は、できましたら、先ほど私が口にした点、そこは評価が分かれるというか価値観の違うところだと思うのですが、特別法だからこそ置かれている規定もある。それは、消費者契約を規律する一般法である消費者契約法に導入することには直ちにならないのではないかと思うという前提がありまして、それも差し支えなければ意見として入れていただければありがたいと思います。

○座長 沖野委員、よろしくお願いします。

○沖野委員 今の御指摘は全くもつともだと思っておりまして、結局それらの規律の趣旨や理由づけがどこにあるのかということをも改めて検討した上で、むしろ一般化すべきものであれば消費者契約法にも入れていくべきだし、そうではなくて、これも訪問販売という形態だとか、特商法が念頭に置いている特別性ゆえに規律が設けられているのだとすると、それはそういう配置で良いわけですが、それを含めて消費者契約法の見直しにおいてその観点が必要だという一般論はまさにそのとおりだと思います。ですので、ご指摘は、対立する意見というよりは、むしろ一般的には統合したような形になるのではないかと思います。

○座長 それでは、解釈原則その他、今お話しいただいた範囲の問題についてはよろしいでしょうか。

それでは、次の項目に移らせていただきます。

第2の「不当勧誘（誤認）」のところではありますが、20頁からであります。以降の第2、第3、第4とありますが、ここの部分については事務局から特にマーカーが入っている部分について御説明いただくというはやめにして、委員の方々それぞれその部分を御指摘いただきながら御意見をいただきたいというふうに思います。よろしくお願いします。

第2の「不当勧誘」の20頁から35頁の部分について御検討ください。

特に御発言はよろしいでしょうか。

沢田委員。

○沢田委員 今の御趣旨は、自分が追加したものについて説明せよということですか。それはなしで、ほかの方の御意見に意見があるかということですか。

○座長 マーカーが入っている部分について何か御意見があればということです。

○沢田委員 では、良いです。

○座長 それでは、第3の「不当勧誘（困惑）」の部分、36頁です。ここは特にマ

一カーがついていないですね。

次は、37頁、「第4 不当勧誘（その他）」の部分であります。51頁までですが、何か御意見ございますでしょうか。

藤猪委員、よろしくお願いします。

○藤猪委員 報告書（案）51頁の一番下の意見については、趣旨をより明確にするため、委員提出資料3の2頁で追記をお願いしております。

「拒否できるのに拒否しなかった」の前に、「消費者契約の中には、事業者側から適切なタイミングで商品・サービスを提供するよう努めているものもあり、そのような事業者の取組を徒に制約することのないよう実務を十分踏まえて慎重な検討が必要である。これらの取組が不要であれば消費者が拒否する選択もある」と追記いただきたいと思います。加えて、現在は「その他」に分類されていますが、不招請勧誘に分類していただきたく、御検討をお願いします。

○座長 よろしいですか。御意見ございませんか。

増田委員。

○増田委員 これは質問なのですが、「事業者側から適切なタイミングで商品・サービスを提供するよう努めているものもあり」ということの意味が具体的にどのようなケースなのかということをお教えいただければと思います。

○座長 藤猪委員、お願いします。

○藤猪委員 例えば、過去に商品を購入されたお客様に対して新商品の情報を御提供差し上げるなど、契約関係は継続していないけれども、自社の商品・サービスに御関心をお持ちだと考えて、事業者から消費者に情報提供するケースを想定しております。

○増田委員 そういうふうに取り取れなかったもので、「例えば」を書いていただかないとわかりにくいのではないかと思います。

○藤猪委員 「実務を十分踏まえて」の「実務」の具体例を書くと分かりやすくなるでしょうか。

○増田委員 これをつけ加えるという意味であれば、適切なタイミングでというのがどういうタイミングなのかというのが非常にわかりにくいと思いました。

○藤猪委員 わかりました。

○座長 では、その部分は御発言いただいたようなことをつけ加えるということではよろしいですか。

それでは、51頁までで何かほかにごございますでしょうか。

それでは、52頁、第5の「不当条項」のところでもありますけれども、70頁までです。その部分で何か御意見ございますでしょうか。

沖野委員、よろしくお願いします。

○**沖野委員** 53頁の半ばに入れていただいた民法改正の影響のところなのですが、1つ目のポツで「『責めに帰すべき事由』を問題とすべきことになるが」というふうに書き出していただいているのですが、改めて見ますと何のことかわからないということがあります。考えていたところからしますと、「8条1項2号の債務不履行について故意重過失を問題とする8条1項2号については」ぐらいを補っていただいた方が、さらに言うと整備的などころもあるのでやや細か過ぎるかとは思いますが、いずれにしろ残すとすれば、せめてそのくらいはないと意味がわからないかなというふうに思いました。

○**座長** では、ここはそういうことでよろしいですか。

特に新たにつけ加わっている部分で、この部分については報告書としてこのまま載せては不適切だというような部分はございませんでしょうか。わりと各委員からの御意見をそのまま載せているという部分がありますので、そういう意味での、この検討会を経ないで載っているという部分がありますから、特にそのあたりについては御注意いただけたらと思います。

特に御自身でお出しになった部分で補足的な説明をする必要があるとお考えの部分があるような場合はございませんでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、ございませんようですので、「第6 その他」というところではありますが、71頁から77頁までです。

沖野委員、よろしくをお願いします。

○**沖野委員** 恐縮ですが、一つ戻ったところで、山本（健）委員に御確認いただきたいところがあります。

69頁なのですが、前回、民法改正との関係での課題について報告をさせていただきまして、69頁の、挿入してくださった中の一番下のところで、金銭交付前の解除の要物性絡みの話と、期限前弁済の場合とが同じ規律で良いかを検討する必要がある、これは私はそう思っておりますし、そう申し上げましたのでこれで結構だと思うのですが、その際に山本（健）委員から、期限前弁済についても住宅ローンのケースなど、当然、利息部分が損害として取れるものではないということを想定した実務も既にあるのであって、それにも留意する必要があるという御指摘があったと思います。それを入れなくて良いかということが若干気になりましたものですから、念のため確認しておきたいという趣旨です。

○**座長** どうもありがとうございます。

では、山本（健）委員、よろしくをお願いします。

○**山本（健）委員** 期限前弁済の場合に、将来利息に関して当然に損害賠償請求できるということになっては困るという点については、入れていただきたいという希望を持っております。

○座長 では、入れるということによろしいでしょうか。

では、そういうふうに対応させていただきます。

それでは、この部分についてはほかにございますでしょうか。

よろしく申し上げます。

○山本（敬）委員 先ほどのところからもずっと出ているのですけれども、第8回の会議で、藤猪委員の方から、民法改正への対応に関しては、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という御意見が各所に入れられています。このこと自体、もったもなののですけれども、ただ、それが何を意味するかが次の問題です。先ほど沖野委員が補足的に説明されたような問題は、少なくとも民法が施行された段階では、それに合わせて消費者契約法の方でも何らかの対応をしないと平仄がとれないような問題だと思います。そのような問題についても、民法の改正が行われて、それが施行後どのように社会状況が変化するかを見極めてからでないと消費者契約法の改正ができないという御趣旨まで含んでいるのかどうかがよくわかりません。おそらく前回議論があったのだらうと思いますけれども、その趣旨を今お聞きできればと思いますし、この報告書の中でもその趣旨がもう少し明確になるように書いた方が望ましいのではないかと思います。いかがでしょうか。

○座長 藤猪委員、よろしく申し上げます。

○藤猪委員 確認ですけれども、「施行に伴う」というのが、「施行後の状況変化を踏まえて」なのか「施行と同時に」なのかがわかりづらいという御指摘、という理解で合っておりますか。

○山本（敬）委員 施行後であろうと施行に伴うであろうとどちらでも同じことが問題なのですが、むしろ問題は「社会状況等の変化を十分に踏まえて」という部分でして、これが施行に伴ってであれ、あるいは施行後においてであれ、社会状況がどう変わるかということを見極めてからでないと改正できないとなりますと、一定のタイムラグが必要になってくるというように読めます。そのような御趣旨なのかどうか。そして、そのような御趣旨だとすると、少なくとも民法改正の施行に伴って消費者契約法もそれに合わせる必要がある規律については改正が遅くなってしまうのは問題ではないかというのが私自身の問題意識です。

いずれにせよ、御指摘になっていること自体はもったもだと思うのですけれども、これが民法改正全てに全部当てはまるとなりますと問題が大きいのではないかという趣旨だと理解していただければと思います。

○藤猪委員 第7回検討会の委員提出資料1にも記載させていただいた通り、「改正民法が施行された場合には、消費者契約法の必要性を根拠付ける社会的、経済的な事実が変化する可能性がある」ため、「消費者契約法の改正については、

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」という趣旨で申し上げていますが、この意見を掲載するにあたっては山本（敬）委員の御意見を併記することになるのでしょうか。私の意見を報告書に記載することについて、どのように対応すれば良いのかがよく理解できていないのですけれども。

○山本（敬）委員 先ほどの例ですと、消費者契約法の8条で、故意または重過失がある場合にも免責するような条項は不当条項とするという定め方を現在しているわけですが、民法の改正で、規定の文言自体は大きくは変わらないのかもしれませんが、債務者に責めに帰すべき事由がないときには債務者は免責されるという定めが行われ、しかも、その責めに帰すべき事由というのは、民法の昔の通説のような過失責任主義に従った理解をすべきではない、つまり、不法行為と同じような意味での過失と理解すべきではないというようなことが改正で示されたとしますと、故意とか重過失という言葉がこの関連で用い続けて良いのかどうかについて検討が必要になる。これは、施行に伴う社会状況等の変化を十分に踏まえた方が望ましいという御意見なのかもしれませんが、やはりそれ以前に、施行に伴って平仄が合うように改正する必要があるのではないかと、その検討は少なくとも必要ではないかと思われまいます。そういった不可欠な整備にかかわる改正についてまでこの御指摘は含んでいるとすると、それは問題ではないか。むしろ、もう少し御指摘が当てはまるような部分がはっきりするような形で表現を整えていただいた方が誤解の余地がないのではないかと趣旨です。

○座長 沢田委員、よろしくお願いします。

○沢田委員 横から口を挟んですみません。

民法の債権法改正の状況を踏まえなければいけないというのは、そもそもの検討会の目的のところでも2頁に挙げられている話ですので、藤猪委員の御指摘は、そういう当然に条文上整備しなければいけない部分を除いては、民法の施行に伴う社会状況の変化も十分に踏まえて検討すべきという御趣旨ではないかと思うのですが、違いますか。

○座長 よろしいでしょうか。消費者契約法は文言自体が民法の規定を受けている部分もありますので、その部分について民法改正でその文言を使わないというようなことになる場合には、当然、すぐ消費者契約法も影響を受けるわけですから、藤猪委員の御指摘というのは、今、沢田委員がおっしゃったように当然に条文上整備しなければいけない部分を除いてということで、そういう表現にさせていただくということによろしいでしょうか。

○藤猪委員 かしこまりました。それで結構です。

○座長 沖野委員、よろしくお願いします。

○**沖野委員** 今の取りまとめで結構だと思うのですが、念のためにうかがいたいのですが、53頁の「『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」ということで、御懸念を持っておられる点はどこにあるのでしょうか。

と申しますのは、今の故意・重過失という表現を維持できるのかという点については、むしろ整備的な項目で、民法が一定の考え方を明らかにしたときに、故意・過失というのは債務不履行の話としては、それを使うのは概念的におかしいというような話になってくるので修正が必要になってくるのではないかという問題なのだと思います。

それ以外に不当条項のところでは、民法では個別のリストを入れるという改正はされないで、そうすると、ここの部分は今のおまとめから言うと妥当しないように思われて、他の部分は遅延損害金の話とか約款の話とか実質的に関連するところがあるのでそういう観点もあるかとは思っているのですが、賛成するかどうかはともかくとしてですが。ただ、ここは、整備的な点ですので、今の話から言うと、御意見としては削除していただいた方が趣旨が明確になるように思われたのですが、もしそうではないところを御懸念になっているのであれば、その懸念を明らかにするような形に修文した方がよろしいのではないかと思うものですからお伺いします。

○**座長** ありがとうございます。

それでは、問題点は十分御指摘いただいたと思いますので、これも厳密にどういう場合を除くかというようなことに関して、これで議論は終わらせたということでもよろしいですか。ここでの御議論を踏まえて修文させていただくということでもよろしいでしょうか。

それでは、この項目に関しましてほかにございますでしょうか。

それでは、第7の「消費者契約法の見直しに当たって考慮すべき点」というところです。78頁と79頁ですが、この部分に関して御意見ありますでしょうか。

沢田委員、よろしくお願ひします。

○**沢田委員** 意見というよりは補足の説明をさせていただければということをお願いいたします。

委員提出資料1としてお配りいただきました1枚物です。

これは何かと申しますと、今回新たに第7として整理していただいた今後の見直しに当たって考慮すべき点という中で、何度か口頭で申し上げたことに関して、なかなか抽象的でぴんとこないところがあるだろうと思ったものですから、具体的な事例を挙げて補足的に御説明をさせていただくという趣旨です。

具体的には、この委員提出資料1に事例を3つ挙げた中で、事例1と事例2は事業者と消費者の格差縮小の例として挙げたものです。

事例1は価格誤表記という話で、2003年ぐらいに大はやりしたので御記憶の方も多いと思うのですが、19万8000円のパソコンを一桁間違えて1万9800円とウェブ上に記載してしまったという話です。その価格を一晩気づかずに表示していた結果、価格比較サイトで一番安いものとして上に出てしまい、それを発見した人が2チャンネルにスレッドを立てて、一晩中祭になってしまった。2000件もの注文が入ってしまって、朝になって大慌てという件です。そのころ、かなり頻発しました。

ショップの担当者が、この2000件の注文者全員にお詫びとキャンセル依頼のメールを送ったのですが、慌てていたものですから、間違えてアドレスをBCCに張るところをCCに張ってしまったということでさらなる祭になってしまった、炎上してしまったわけです。

今度はお詫びの電話をしたところ、もう完全におもしろがられていまして、その電話が録音されて2チャンネルにアップされるなど、注文者からの嫌がらせが続いて、とうとう担当者が病気になってしまったという話です。

事例2も似たような話ではあるのですが、これは、事例1が完全なパソコンの販売事業者であったのに対して、事例2も位置づけとしては事業者と言って良いと思うのですが、販売者は個人、20代の主婦です。小さな子供のいる20代の主婦が副業としてやっていたビジネスです。海外の人気子供服ブランドの販売代理権を取得して、まとめて仕入れて、一つ1万円の福袋にして予約販売をするということをやっていました。半年前ぐらいに予約を受け付けていたのですが、その時点では中に10点から15点、1万円を大きく超える額の商品が入っているというふれ込みで募集をして、200件ぐらい注文が集まりました。注文が集まって、当然先払いをしてもらわなければならないわけですが、その後、輸入コストが上がって十分な予定通りの仕入れができなかったのです。できなかった結果どうしたかというところ、200件の注文者全員に薄めて配ってしまったという話です。3点か4点しか入っていないようなものもあって、到底1万円の価値があるとは思えないものが手元に届いたものですから、注文者は当然ながら激怒しまして、ネット上に被害者掲示板を立て、子供服を買う人たちですから若い主婦の方がほとんどなのですが、掲示板でお互いに情報交換したり、テレビ局に訴えたりしてどんどん販売者を追い込んでいきました。

販売者とも話したのですが、反省していましたが、ただ、もうお金はない、返金は無理だというふうに当初から言っていたのですが、特別に強く言うてくる人に先に返金してしまったりもしていたので余計に炎上してしまいました。が、今後の返金は無理ということなので、個別に追加送付をするという約束をしてもらいました。ただ、誰に何をに入れて送ったのか、その管理もできていな

い状態だったので、なかなか進まないわけです。その間に匿名でネットにいろいろ人格攻撃が書き込まれて、「ばか」だの「死ね」だのというのが書き込まれ、それだけではなく、出会い系サイトにこの販売者のメールアドレスが勝手に登録されてしまったわけです。これも嫌がらせの一つですが、その結果、出会い系サイトから大量のメールが来るようになって、とうとう販売者はメールボックスをあけることもできなくなってしまい、最終的には行方をくらませてしまったという案件です。

どちらも取引内容そのものを問題にしたいわけではございません。事例1も2も事業者側、販売者側に非があるのは間違いないところです。申し上げたかったのは、消費者はそんなに弱くないよねということです。この両方のケースを見ていただくと、事例1の2ちゃんねらーを消費者と言うかというところと違いかもかもしれませんが、事例2の方は明らかに消費者です。消費者がこれだけ集まって匿名で事業者を責め立てることができるようになったというのは、情報化による大きな変化だと思っております。

同時に、事業者の方を見ても、インターネットがあるので、事例2のようなケース、一介の主婦が副業としてそういう商売ができるということ自体は、ポジティブにとらえるべき側面かと思うのですが、ネガティブな面としては、事業者として、商売人としての覚悟が十分にできていない、コンプライアンス意識が低いというレベルの問題ではなく、そもそもの事業者倫理や覚悟が全くないということが挙げられます。78頁の追加意見の中に、沖野委員からの御意見ですけれども、意図的に法令違反をする事業者以外に意図せず法令違反をしている事業者に対しても実体法・ルールの整備が必要ではないか、意義があるという御指摘をいただいているのですが、実体法の中身を修正するという話ではなくて、むしろルールがあるということをもっと知ってもらわないといけない、そういうレベルの話です。

こういう事業者、個人がそのままやっているような事業者に対しては、事業者教育や啓発は非常に重要ですが、法律の中身を厳しくすればいいかという、そういうものではないのではないかとという意味も込めて御紹介しました。

裏側の事例3はまた別の観点で、情報提供義務の議論のところで申し上げたかったことです。消費者契約法が改正されれば、悪質事業者狙い撃ちの法律ではないので、一般の健全な事業者、特に優良とは申し上げないですが、普通の事業者にも同じように係ってくるという例として挙げたものです。

ネット上で家電製品を売っている事業者からの御相談です。扇風機を買ったお客様が、思ったより音がうるさいので返品したいと言ってきた。パナソニックさんの扇風機ではなく外国製です。そういう申し出があったのだが受けなく

てはいけないかという御相談でした。

このサイト上では、顧客都合の返品はお断りしていますと返品特約にはっきり書いてあります。理由としては、卸に近い業者さんなので、卸値に近い価格で出すために余分なコストは極力省いている。なので返品はお断りしていると書いてあります。それでも返品させろと言ってきたということで、広告画面に何と書いてあったかがまず重要ですから、それを確認しました。すると、この扇風機は羽がないのでお子様にも安全ですとか、お手入れが楽ですといった宣伝文句は書いてあったのですが、音が静かとは書いていませんでした。お客様は注文される過程で、この商品は音がうるさいですか静かですかといった質問は特にされなかったということです。もしお客様が静かな扇風機を探していると言ってくだされれば別の商品を勧めることもできたし、この商品の音はどうですかと聞かれれば、そんなに静かではないですといったこともお伝えする機会は十分にあったわけです。ですが、このお客様が、動機というほど強く、静かな扇風機が欲しい、静かなものでないと要らないという思いを持っていたかどうかはわかりませんが、これは事業者の側からすればわからない事情です。音について何も広告に触れていなかったことは、もちろんこの経緯をご覧いただければわかる通り故意でもないし、静かとも書いていないので先行要件もないと言って良いのかと思います。そういう解釈で良いのかどうかは先生方にお聞きしたいと思いますが。要は、法改正を考える際に、こういう事例についてお客様の言い分どおり返品を認めるべきか、認めなくても良いのかというところで条文の書き方が若干変わってくるという気がしております。悪質商法を念頭に置いたときには、いろいろな要件を取り払って、使いやすく、戦いやすくした方が良いのはそのとおりだと思うのですが、普通の取引を考えたときに、このような場合に消費者が取り消しできるという内容の法律にするのが本当に良いのかということも考えてくださいという趣旨で申し上げました。

以上です。

○座長 ありがとうございます。

ただいまの御意見は、追加ではなく、報告書の記述の内容に入っているということによろしいですか。

○沢田委員 追加ではないです。

○座長 わかりました。

増田委員、よろしくお願ひします。

○増田委員 このような御相談というのは、消費生活センターの方にもよく入る相談でございますので、センターの相談員として少し意見を述べさせていただきたいと思ひます。

まず、価格誤表記に関しましては、電子契約の準則の方で考え方については

ある程度明らかになっていると思いますので、それによって判断をすべきことであり、かつ、炎上するという点に関しては、果たして消費者かどうかという問題になってきますので、この問題はそんなに大きな問題ではないかなというふうに感じているところです。

こういう御相談が入ってきたときには、事業者さんのかわりに消費生活センターとしてはいろいろな御説明をしてお引き取りいただくというようなケースが多いかなというふうに思います。

福袋に関しましては、おっしゃるとおり、事業者としての覚悟がなく、この辺が大きな問題だと思うのですが、こういう個人の方が事業者に簡単になることができる状況なのではありますけれども、こういうケースは明らかに事業者として負う責任というのが当然あります。これはどっちもどっちかなというふうに思うのですが、消費者教育と同時に事業者教育というのも当然大事なことです。ある会議に出たところ、事業者さんの発言の中では、例えば景表法という言葉もあまり理解できていない中小の事業者がたくさんいるのであるから、そういうところも考慮してほしいというような意見も聞こえてきたりということがありました。ということは、そういうことを前提に事業をするということがいかなものかと消費者サイドとしては思うわけです。

それと、この件に関しては、連携をしていろいろやったとしても、実際には返金されないということで被害回復がなされていないわけですから被害としては残っていると思います。

それから、事例3に関しましては、そういうふうに表記がされていないので悩むところではありますけれども、例えばパナソニックさんの広告においては、音のレベルを多分お書きになっているのではないかなというふうに思います。ネットで販売するに当たっては、通常の扇風機の音はどのくらいの音の大きさというのが数値であらわすことができるかなと思いますので、すごく大きな音というようなことであれば、それは不利益な事実を情報提供していなかったのではないかなという考え方にもつながっていくわけなので、そういう広告表示を他の優良な事業者さんの広告の部分と比較して判断するということもあるかなのではないかと考えるところです。

以上です。

○座長 ありがとうございます。

藤猪委員、よろしくお願ひします。

○藤猪委員 パナソニックは、「静音」を訴求している場合には、その根拠となる具体的な数値を書きますけれども、訴求していないときまで数値を書くということは、私が理解している範囲ではしておりません。

お客様から音に関するお問い合わせがあれば、もちろん情報は提供しますし、

我々が訴求しているものに関するエビデンスはしっかり出していますけれども、根拠となる数値を全て網羅的には提供していないということが実態であると思います。

○座長 ありがとうございます。

沢田委員、よろしくお願いします。

○沢田委員 増田委員の御指摘、全くそのとおりで、事例1にしても事例2にしても、事業者の側がいかかなものかというのは私も思います。

このケースは、事業者がかわいそうといって出したわけではなく、冒頭申し上げたように、事業者と消費者の垣根が低くなっている、格差がなくなってきたという、良い悪いは別にして、なくなってきたということを申し上げるために出した事例でございます。

事例3は、事業者は全ての情報を持っているでしょうという御指摘もあるかもしれませんが、メーカーであれば、パナソニックさんが御自身の製品を売っていらっしゃる場合は当然出すことができるとしても、このケースは小売です。卸が小売もやっているような業態ですので、メーカーが持っている全ての情報を同じように持っているわけではないです。これを提供しなかったことにどれだけ非があるかということは、慎重に考えていただく必要があると思います。やれることをやっていけば良いという意味で、努力義務で十分ではないかと意見としては思うのですが、こういったことも考慮に入れていただきたいという趣旨で申し上げました。

以上です。

○座長 ありがとうございます。

山本（敬）委員、よろしくお願いします。

○山本（敬）委員 今回の沢田委員の御意見について確認をさせていただきたいのですが、78頁の「立法という選択肢について」の下から3つ目のポツで、「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」とされています。そのインプリケーションが何かというのが問題だと思います。

幾つかの読み方があるのですが、消費者契約の全ての場合について事業者と消費者の情報量や交渉力の格差が縮小あるいは逆転していると言われていたわけではなくて、そういった場合が少なくない、一定量あるという御指摘だとすると、では、消費者契約法をどうすべきだという主張につながるのかと考えますと、事業者と消費者の契約であるという基準だけで契約の効力に対する介入を行うべきではない。そうではなくて、現実にはどれだけの情報量や交渉力の格差があったか、その格差が実際にある場合には契約の効力に対する介入を行うことはできるけれども、そうでない場合については、たとえ消費者契約

であったとしても契約の効力に対する介入を行うべきではない。そういう主張をされているのかもしれないと読むことができます。ただし、そういう主張だとすると、これは昔からある議論でして、事業者・消費者間の契約というだけで一律に介入すべきなのか、それとも、そうではなくて、交渉力の格差があることが介入の理由であって、そういった場合に実際に無効や取消しを認めるべきであると考えますと、後者の場合は、実は事業者か消費者かはどうでも良い問題であって、現実には情報量や交渉力の格差がどれだけあるかということが問題だということになります。とすると、今日の前半の方でも問題になっていましたが、事業者間取引であったとしても、情報量や交渉力の格差がある場合には契約の効力に対する介入を認めるべきであるという主張につながっていきます。そのようなインプリケーションのある表現がここで書かれているのですけれども、そんなことを本当にお考えなのでしょうかというのが私の確認したい点です。

○座長 ありがとうございます。

いかがでしょうか。

○沢田委員 すみません、考えています。

全てに該当するとはもちろん申し上げていませんし、現状では当然ながら、事業者と消費者に格差があるケースが大多数だと思います。ただ、そうではない場面もあるということをお忘れないうか、将来に向けてはそういう事態も考えなければいけないということをおきたいというだけのことでしたが、では、具体的に、今、格差のないケース例えば1割だったとしたら、それが3割に広がったら制度をどういうふうに考えれば良いのかという点に関しては、先生方の前で堂々と開陳できるようなきちんとした意見ではないですが、思いつきベースでは、ずっと考えていました。CtoC（個人間）で取引されるオークションなどを10年ぐらい前から見ていますが、事業者か消費者かという区別がだんだんとナンセンスになってきているというのはそのころから感じていました。むしろ売り手と買い手、販売者としての倫理と購入者としての倫理というのがあるのではないかと、事業者とか消費者ではなく・・・といったことが民法の中に書き込まれれば良いかと個人的には思っておりました。

だからといって、今、消費者契約法見直しに当たって、事業者と消費者の格差を前提とすることがいけないと言っているわけではもちろんありませんし、日本の消費者政策の根本になっている格差という考え方を、今、全面否定するつもりも全くありません。ただ、将来的な方向としてはそういったことも考えの中に入れておきたいということだけです。

以上です。

○座長 お願いします。

○山本（敬）委員 2点さらに確認をしたいのですが、もしそうだとしますと、今日の前半にあった消費者概念、あるいは事業者概念と言うべきかもしれませんが、それを現在よりも柔軟化するという言い方が適当かどうかわかりませんが、少なくとも情報・交渉力に格差がある場合の事業者も現在の消費者と同じような扱いをすべきであるという方向に賛成であるという御意見につながりそうなのですけれども、そういうことで本当によろしいのでしょうかというのが一つの質問です。

もう一つは、情報や交渉力の格差がある場合に介入を行うべき理由があるという主張は昔からずっと行われてきましたし、現在もなおそのような考え方を有力にお持ちの方がいて、それが現在もなお一定の考慮が払われるべき主張なのだろうと思いますが、このような考え方が消費者契約法をつくる過程で採用されなかった一番大きな理由は、恐らく、それでは介入の要件が明確にならないということではなかったかと思います。つまり、実質的な考慮をそれぞれの契約についてしないと当該契約がこの法律の適用によって有効か無効かが決まらないということとなるのは不安定ではないか。そうではなくて、やはり何か画一的な基準を持ってくる必要がある。その際の一つの可能性は、消費者契約法が採用した道ですけれども、事業者と消費者を定義して、その間で契約が行われたことを要件とする。もう一つは、現在も民法で議論されているような約款が使われている場合を指標として介入を行うというものです。

そのような、ある意味では理論的にも実践的にも非常に大きな問題につながるのですけれども、他方で、沢田委員はルールのもろの明確性を強調されているような気もしてきましたので、そこの折り合いがどうついているのかというのがもう一点確認したいところでした。

○座長 沢田委員、いかがですか。

○沢田委員 ルールのもろの明確性はもちろん重要だと思つていますが、この問題については、どちらかといえば、柔軟性といひますか、実態上格差があるかどうか配慮される方が望ましいと思つています。ただ、それと安定性が両立するかどうかまでの自信は私にもありません。

法律で無効にしたり取消しにしたりすることを「介入する」と言うのは、今、学んだ言葉でした。原則が決まったとしても、原則が適用されなくても良いかも知れないという場合に、実態上どうか配慮されると良いと思つたのですが、それがきちんと理論化できているかといひば全くそんなことはありません。単に実務家の直感ですので、海外を含め、きちんと整理された論文などが無い探してみようと思ひます。

すみません、お答えになつていませんが。

○山本（敬）委員 「消費者概念の柔軟化」と呼んでおきますけれども、それにつ

いては賛成ということによろしいのでしょうか。

○**沢田委員** あまり反対したことはないように思います。賛成というわけでもないとか、ケース・バイ・ケースと思っているぐらいです。

○**座長** この部分の扱いなのですけれども、第7の「消費者契約法の見直しに当たって考慮すべき点」という部分は、ほかの項目と記述の仕方が違っていまして、ほかの項目のところは問題の所在とか関連事例というようなことを書いてあって、それを踏まえた形で検討会の議論状況というのが出ているということになっているのですけれども、この第7のところはそういう構成になっていませんので、委員の方の御意見が問題状況の前提の説明なしに出てきているという感じがしまして、沢田委員のお出しになっているもので、今、山本（敬）委員が御指摘になった部分もそうですし、その下の部分の「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」云々というような部分も、沢田委員、先ほど、どこかでこういうことを残しておきたいというお話だったと思うのですが、この報告書の最後のところの「見直しに当たって考慮すべき点」という内容として、この記述をこのまま残したいということなののでしょうか。報告書となると、報告書に記すことに委員全体が合意している内容だということになりますので、私、個人的にも、「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」こういうふうになるというような表現をされると、この表現を報告書の形で残すのに合意があると言えるのかどうかというところに疑問を持つものですから、そのあたりを踏まえて何か御発言があればお願いしたいのですが。

○**沢田委員** 先ほど事例の御紹介をしながら、この事例も入れればよかったと思ったのですけれども、具体的にどういったケースを想定しているかというのと、例えば参考事例の中に、1回購入すると定期購入になるということが商品を送ってきた梱包の中に書面が入っていて、書いてあることを読まずにその書面を捨ててしまった結果、定期購入になったことに気づかなかったという事例がありました。その事例が紹介された時点で本文にあった注書きとして、「定期購入になるなら、もっとちゃんと注意喚起すべきではないか」といったことが書いてあったのですが、紙に書いたものを同梱しているのにそれ以上の注意喚起があるのだろうかと思いました。また、仮に注意喚起が不十分だったとしても、海外の事業者であれば、規約の中に定期購入になることが書いてあれば、通常はそこに同意していると解釈します。いろいろな海外事業者と交渉したところ、大体そういう感覚を持っているなという印象です。

日本人は、定期購入になるならもっとちゃんと言ってくれとか、最初無料が後で有料になるのだったら、その時点で必ずアラートがないといけないと思っている消費者がとても多い。日本の事業者はまじめなので、大体そうやってい

るわけです。その結果、消費者がそういう優しい事業者の行動に慣れてしまっていて、そうでない事業者と取引したときに穴にはまるといいますか、気づかない。自分で注意しない習慣ができてしまっている。その結果、トラブルになっているという多くのケースを見ているので、それで書いたものです。

何故書いたかを説明しろと言われていたのではないですね。私が書いた意見に賛同できないということかと思えます。全体にわたって、皆さんお互いにほかの方がおっしゃったことに全て賛同しているわけではないと思うのですが、合意というのはどの程度要求されるのでしょうか。

○座長 報告書として、ここの第7の位置づけなのですけれども、こういう意見があったという扱いで、項目もそういう形でわかるように書くということによろしいでしょうか。

○沢田委員 はい、もちろん。

○山本（敬）委員 座長の御発言を忖度して私なりの言葉で多少率直に申し上げますと、「過度に不注意な消費者であっても」という部分が、評価を伴う言葉であって、ある方の御意見からすると、提案されている規律は過度に不注意な消費者であっても救済されるものだということに映るわけですが、提案されている方にとっては、別に過度に不注意なわけではなく、正当に必要な救済を与えているだけであるという評価をされるのだらうと思えます。

しかし、この報告書にこの意見が「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」と書かれると、何か提案しているものが全て過度に不注意な消費者を救済しようとしているという評価をしたかのように見えてしまう。それは、やはり承服しがたいのではないか。

ですので、意見がそれぞれあるのはもちろん良いわけですが、それと異なる意見が一定のマイナスの烙印が押されるような表現をとるのは問題ではないかというのが座長の言われたかったことではないかと思えます。ですから、その表現をもう少し工夫できないかという御提案だったと思えます。

○沢田委員 表現を工夫することについては全然問題ないです。例えば、「もしもこういう規律になったら」というふうに仮定の話にすとか。具体的な御提案に対して申し上げているわけではないので、「過度な」というのが余計であれば落としても結構ですし、そこは、いかようにもとは言いませんけれども、表現修正の余地は十分にあると思えます。

○座長 山本（健）委員、よろしくお願ひします。

○山本（健）委員 今のご議論をお伺いさせていただいても、消費者契約において構造的な意味での情報・交渉力の格差があるというのは大前提の議論であり、ごく例外的な事案に対するお話がなされているのだらうというふうに理解しております。

そのような個別的な事案、例えば御指摘があったような情報・交渉力の格差が逆転している事例とか、過度に不注意な消費者の事例のような、問題がある個別案件も例外的に想定し得るという点については、信義則とか権利濫用といった個別事案の妥当性を図る一般規定で対応されるべき問題であるように思います。法制度自体について、それを理由にして一般的にどうこうすべきという問題ではないのではないかと思います。

したがって、そのような例外的に想定される問題事例については権利濫用や信義則で妥当に対応されるであろうから、法制度において根本を改める必要性はないという逆方向からの意見を付加していただくというのも、一つの選択肢かもしれません。

取りまとめについては事務局にお任せいたしますけれども、そのような方向の意見を併記していただくことで最終的な報告として問題がないようにしていただく、誤解を招かないようにしていただくという選択肢もあるのではないかと思います、意見を述べさせていただきます。

以上です。

○座長 沢田委員、よろしくお願いします。

○沢田委員 事業者と消費者の垣根が低くなっている件に関しては例外的と言われても仕方がないかもしれません。ですが、国際スタンダードと違うことをしていると、結局自分たちが損をするというのは個別案件の話では全くなく、将来に向けて、日本の消費者に対する注意喚起という意味で申し上げていますので、全然個別案件ではないです。

ただ、もちろん、かなり過激な発言をしているという自覚はありますので、もう少し表現を緩めることに関しては全然問題ないです。

○座長 沖野委員、よろしくお願いします。

○沖野委員 この78頁、79頁は、見直さないし立法を考えるに当たって個別の項目に関する中でも既にしばしば指摘されているけれども、より一般化してまとめると、その点についても多様な意見が出されたということかと思えます。意見はかなり分かれているということかと思えます。それを少し明らかにしてはどうでしょうか。有益な議論がされた、主な議論は以下のとおりというよりは、意見がいろいろこの点について分かれているということの一つは明らかにして、報告書は一枚岩でみんなこれに一致しているわけではないということの一つ表現として明らかにすることが考えられると思います。

それから、「立法という選択肢について」の中で書かれていることは、かなりいろいろなものが並べてあるという感じがいたします。一つは、賢明な消費者というか、消費者の自助努力というかそういう点を指摘するものや、あるいは、少し濫用的なというか、かえってそれを悪用するような消費者もあるとい

うような御指摘が一方であり、もちろん消費者教育の重要性もそうですけれども、しかし、その濫用ですとか、今回示されたような格差が縮小しているというような面もあるということに対しては、極めて例外的な場面ではないかとか、さらにつけ加えますと、契約締結の過程の話なのか、それとも、いったん被害が出た後に複数の被害を糾合する手段ができてきているという話なのか、そのあたりも考える必要があると思うのですけれども、そういうものが一方にありますけれども、それに対してそうではないというか、あるいは、それを懸念するあまり、非常に過少な被害の保護というか救済手法になってしまって被害が相変わらず放置されることになる、ということに対する懸念も同じように指摘されたと思いますので、やはりそこも明らかにしていただく必要があり、山本（健）委員がおっしゃったところでもありますが、そういったところを表現する必要があるのではないでしょうか。

それから、もう一つは、国際化というか国際基準という点なのですけれども、沢田委員の御指摘のあった御懸念に対しては、書き方が、過度に不注意な消費者であっても規律を導入した結果という形になっているので、この記述からは、あたかも過度に不注意な消費者を保護する規律を提唱しているかのように見えます。そういう評価ではないと思いますので、仮に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することとなるような場合にはとか、仮に評価が、そういうふうな評価がされるようだと問題なので、そういう過度に不注意な者が救済されるというようなものではないように適切なバランスをとるということだと思います。

もう一つ、国際基準に照らして懸念されるのはそちらの方向だけなのかといえ、例えば、約款の規律などを考えますと、国際基準に照らして不足や不備が目立つ状況です。国際的な動向に照らすとどうかという場合、必ずしも十分でないところが逆に目立つ面もありますので、国際基準との関係についてというような項目があるとする、現在がそれに照らして十分なのか、十分でないのかということ、十分でない部分もかなりあるという、そういう指摘もあちこちでされたかと思いますので、そういう点も適正なレベルに、少なくともそのくらいはやっていくべきではないかという議論もあるかと思えますから、バランスをとるような形で記述を追加していただけたらいかがでしょうか。

○座長 どうもありがとうございます。

宮下委員、よろしくお願ひします。

○宮下委員 同じではないですが似たようなことを言おうとしていたので、すでに沖野委員の御発言で意を尽くしていただいたかと思いますが、沢田委員の御発言でちょっと聞いていて気になったところがあるので念のため申し上げます。国際基準という言葉と、導入したという言葉について、それは言葉の問題なの

かもしれませんが、国際基準というのは何なのかというのが明確にされないまま議論が進んでいるために、すこし議論が混乱しているのではないかなと思います。今、沢田委員からの御説明で、沢田委員のお立場はよくわかりました。また、導入したという言葉についても、現行法でそういう問題があるのか、それともこれからの立法で問題が生じる可能性があるのかということなのですが、全体を通して読めばこれからということなのだとするのはわかるのですが、この表現のままだと、今の現行法自体にも何かそういう問題があるというふうに読めなくもないので、そこはちょっと気になったところということです。

それから、もう一つ、少し前に戻ることになるのかもしれませんが、情報量や交渉力の格差が縮小している例として参考事例を挙げていただいているのですが、2つちょっと気になるところがあります。

一つは、例えば事例の2は、要するに事業者も消費者も低いレベルにあるという例ではないかと思えます。事業者と消費者の格差が縮まってきたというと、逆に、事業者も消費者も高いレベルにあるという例の方がむしろ想定されると思うのですが、その点からすると少し例としてあげるには適切な感じがしません。

それから、もう一つは、事業者と個々の消費者を見たときに、資料で挙げられている事例は、消費者が強いという例になるかということ、必ずしもそうではないような気がします。事後的なところで集团的にインターネットを使った抗議を受けて、結果的に事業者が追い込まれたという例は確かに非常に興味深いし、こういう例があるのだと思うのですが、ただ、個々の消費者が果たして強いのかということ、必ずしもそうではありません。最終的には、先ほど増田委員からも御指摘があったように、個々の消費者自体は救済されていないし、事例1などは、仮にメールが個々の消費者から行ったときに、事業者側がちゃんとそういう対応になるかということ、現実にはなかなか難しい部分というのがあると思います。これは話を戻すようで恐縮なのですが、説明として適切なのかなと若干疑問に思ったところです。

以上です。書き方としては、先ほど最初に申し上げたところだけです。

○座長 どうもありがとうございました。

それでは、ここの項目についてはたくさん御意見をいただきましたので、全体として立法という選択肢についてという部分について各種の意見があって、その意見が分かれているということをお知らせする形で文章を整えさせていただくということによろしいでしょうか。

それでは、マーカー部分についての御意見をお出しいただくことについては以上にいたしまして、引き続きマーカー部分以外の部分について御意見を伺いたいと思います。報告書のⅠ、Ⅱについてまずお伺いしたいと思います。「本

検討会の目的」の部分と「事例収集の方法」の部分について、何かございましたらよろしくお願ひいたします。

藤猪委員、よろしくお願ひします。

○藤猪委員 委員提出資料3の1頁目に記載をしております。「立法事実」に関する委員間の認識は異なっているということはこれまでも繰り返し述べております。報告書(案)の「I. 本検討会の目的」において「いわゆる立法事実の候補となる事実である」とありますが、「立法事実」という言葉をここで使うのであれば、「各委員から情報提供のあった事例も含め、本検討会において事例の選別について議論は行っていない」と追記していただけないでしょうか。

○宗宮専門官 今の御指摘の点なのですけれども、前回の議論の中で「立法事実の候補」という記載で皆さん特に御異存ないということで賛同を得られていたように思われます。なお書きで追記を御指摘いただいた点なのですけれども、もしほかの委員の方々がこういった記載は必要だというふうにお考えであれば検討したいとは思いますが、事務局としてはその必要性は感じていないということをお伝えしたいと思ひます。

○座長 よろしいでしょうか。

それでは、別の御意見はございますでしょうか。

それでは、IとIIの項目は終わりました、IIIの「論点項目における関連事例の整理」の項目であります、そのマーカーがついている部分は終わりましたので、マーカーがついていない部分について、「第1 総論」について何か御意見がありましたらお出してください。

山本(健)委員、よろしくお願ひします。

○山本(健)委員 本日の委員提出資料2の第1の1の部分です。「情報提供義務の在り方」の11頁部分の類型化のところなのですけれども、①で「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」という記載については、「契約の一方当事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」という記載に表現を改めるべきではないかという意見を持っております。

理由としては、まず、これは民法の信義則上の情報提供義務・説明義務の裁判例の分類かと思うのですけれども、現在の民法に事業者という概念はなく、信義則上の情報提供義務・説明義務の存否を判断する要素として考慮されているのは、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か否かという観点ではなくて、あくまでも契約の一方当事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か否かという要素であるはずで、また、そもそも消費者契約における事業者は消費者よりも専門知識を有することが予定されている存在であるという点を踏まえると、誤解を招くおそれのある表記ではないかと思ひます。そのような理由から、「事業者」という表記は「契約の一方当

事者」という表記に改める必要があるのではないか、その方が合理的ではないかという意見を持っております。

以上です。

○座長 ありがとうございます。

ここに関して委員の方々、御意見ございますでしょうか。よろしいでしょうか。

○座長 特に委員の方々から御異論がないようでしたら、山本（健）委員の御意見を反映させるという方向でよろしいでしょうか。

では、他の問題についてよろしくお願いたします。

藤猪委員、お願いします。

○藤猪委員 委員提出資料3の1頁から2頁に記載しております3点、述べさせていただきます。

1点目、報告書（案）の4頁について、「各委員の意見を賛同、懸念と区別するのは『読みやすさの観点から区別をするため』」と前回の検討会で事務局から御説明を頂きましたが、「意見の割合や多寡が検討会としての方向性を示すものではなく、読みやすさの観点からわかりやすくするためのもの」と追記いただきたいと思いますと考えております。

なお、報告書（案）の「規律の導入に懸念を示す意見」の項目に記載がないところについては、本検討会で議論が行われていない点もあると認識しておりますので、「規律の導入に懸念を示す意見」に記載がないからといって見直しに賛同しているものではないことは、念のため申し添えておきたいと思っております。

2点目、報告書（案）6頁の関連事例（オ）⑤なのですが、「相手方事業者との間に格差がある事案」と記載されております。事業者間取引においては、情報の質及び量並びに交渉力の格差が存在するのは当然ですし、それらは事業者がそれぞれ労力やコストをかけて獲得したものです。自由競争を行う上では差別化するための基本的な要素でもありと考えておりますので、このように分類するのではなく、（カ）「その他」に含めるのが適切ではないかと考えておりますので、御検討いただきたいと思います。

3点目、2点追記のお願いです。報告書（案）9頁「拡張に懸念を示す意見」の2つ目のところで、「取引が煩雑になる」の後に、第8回検討会の委員提出資料2に記載した内容ですが、「また、現在、迅速かつ安定的に行われている事業者間取引が阻害される懸念がある」と追記していただきたいと思います。

続きまして、同じく「拡張に懸念を示す意見」の4点目の後に、第6回検討会で御報告した「事業を行う意思を持って契約した後に、売上げが不十分などの理由から後になって『事業者ではない』と主張されれば、予見可能性を欠き、

取引が不安定になる」と追記していただきたいと思います。

以上です。

○座長 どうもありがとうございました。

ただいまの御意見に関して、他の委員の方々から御意見ありますでしょうか。

○山本（健）委員 ただいまの御意見のうち委員提出資料3の1頁目の一番下の⑤を⑥に分類すべきではないかという御意見についてですけれども、結論としては原案で良いのではないかという意見でございます。というのは、「その他」にあまり多くのもが入ると、「その他」の部分が膨らみ過ぎてわかりにくいので、類型化できるものはできるだけ個別に切り分けて、別立てで議論した方がわかりやすいのではないかという理由からの意見でございます。

また、藤猪委員が御懸念の、およそ格差はあるのだという御指摘の部分については、ここではそういう事例を問題としているわけではないと思いますので、表題部分に「消費者契約に準ずるほどの」とか、「著しい」とか、何かそのような表現を入れていただくことによって、消費者契約に準ずるような格差のある事案が問題とされているのだということを、よりわかりやすくしていただければよいのではないかと思います。そうすれば、藤猪委員が御懸念のような小さな格差事案も入るのではないかという御懸念は払拭されるのではないかと思います。

以上です。

○座長 ありがとうございました。

藤猪委員は、よろしいでしょうか。

では、藤猪委員の御意見に対する山本（健）委員の御意見を踏まえまして、そういう扱いにさせていただくことにしたいと思います。

藤猪委員、確認なのですけれども、「その他」の項目に移すかどうかということについては、移さないでよろしいということで良いですか。その部分も含めて。

○藤猪委員 最終的には事務局の御判断にお任せしたいと思います。

○座長 わかりました。どうもありがとうございました。

○宗宮専門官 今、藤猪委員からいただいた意見の中の、今回の指摘の中では最初の「賛同」と「懸念」を区別するということなのですけれども、これは前回も同じような御指摘をいただいていたしまして、その際には、意見の割合や多寡が検討会としての一定の方向性を示すものではないというような記載は不要ではないかというような御意見が出されていたかに思いますので、この点は皆さんどのようにお考えかというのを伺いたいと思います。

○座長 宮下委員、よろしくお願ひします。

○宮下委員 今の御意見に関連してなのですが、2頁の「本検討会の目的」のどこ

ろで、下から2段落目に「なお、前述のとおり、本検討会は、消費者契約法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」云々という記述があるので、私自身は4頁であえて書く必要はないのかなというふうには思いますが、その辺はいかがでしょうか。前回、たしかそのようなことを申し上げた記憶があるので、念のため申し上げます。

○座長 沢田委員、よろしくお願いします。

○沢田委員 一応念のために申し上げますと、私は賛成しました。

○宗宮専門官 では、藤猪委員、追記をしても良いのかなとも思うところではあるのですが、文章としてこのままで良いかどうかというのは、事務局の方でまた検討させていただくという形でもよろしいでしょうか。

○藤猪委員 よろしく申し上げます。

○宮下委員 追記するのであれば、必ずしも読みやすさの観点からだけではなくて、ある種の意見の分布を反映しているのかなと思いますので、表現としては事務局にお任せしますが、そのことがわかるような表記にしていただければと思います。

○山本（健）委員 私は、今頂戴している原案で賛成です。それだけ述べさせていただきたいと思います。

○座長 よろしいでしょうか。

「総論」に関する問題で何かほかに。

増田委員、よろしくお願いします。

○増田委員 藤猪委員の方から、「消費者概念の拡張に懸念を示す意見」ということで、9頁のところに追記をしてくださいますということですが、1ポツの2行目、現在、迅速かつ安定的に行われている事業者間取引が阻害される懸念があるというふうに書かれていますけれども、安定的にずっと継続反復して行われている契約というのは、今ここで議論をされていないのではないかなというふうに思います。今、問題となっている消費者概念というのは、4頁の下の方に「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」ということで、第1、第2ということパターンが書かれておりますが、その中にこれは入らないのではないかなと思いますので、これを入れるという必要性はないのかなというふうに思います。

○座長 藤猪委員は、この問題はいかがですか。

○藤猪委員 報告書に掲載する意見は、必ずしも報告書に掲載された事例に対する意見だけではないと認識をしておりますし、既に過去の検討会において委員提出資料で表明している意見ですので、追記について私は違和感がないと考えて

いるのですけれども、最終的には事務局で御検討いただければと思います。

○座長 よろしくをお願いします。

○消費者制度課長 増田委員から御指摘がありましたけれども、これは基本的にそういう意見があったということを示すところでございますので、藤猪委員の御意見をできるだけ反映するというのでやりたいと思います。

○座長 どうもありがとうございました。

沢田委員、よろしくをお願いします。

○沢田委員 書きぶりの問題ですけれども、先ほどの私の意見のところでもありましたが、健全な事業者間取引が阻害されるおそれがないように検討してほしいというような書きぶりであれば良いのかなと思うのですが、いかがでしょうか。

○消費者制度課長 それも参考に。

○座長 それでは、「総論」の項目でほかに。

山本（敬）委員、よろしくをお願いします。

○山本（敬）委員 ここだけの問題ではないのですけれども、よくある指摘として明確性を欠くとか予見可能性を欠くという表現が出てくるわけなのですけれども、もう少し正確に書けないものかという疑問があります。例えば、9頁の「消費者概念の拡張に懸念を示す意見」の下から3つ目のポツの藤猪委員の御意見で、下から2行目に「『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」とありますが、基準が明確であっても契約ごとに消費者か事業者かが異なる場合は起こり得ます。その場合は、規律は明確性を備えているけれども、取引が安定しないという批判は当てはまるかもしれません。ここで書かれているのは、おそらく、取引が安定しないというところに重点があるのではないかと思います。とすると、「規律が明確性を欠き」というのは落としていただいた方が良いのではないかと思います。

あるいは、今日追加されているものの中の2つ目、「消費者概念の拡張に懸念を示す意見」の4点目の後に、「事業を行う意思を持って契約した後に売り上げが不十分などの理由から、後になって事業者ではないと主張されれば予見可能性を欠き、取引は不安定になる」ということですが、これも先ほどとは少し違うのですけれども、消費者契約法の規定には明確に一定の定めが置かれている。しかし、消費者がそれを正確な使い方をせずに、自分が実は事業者ではなく消費者なのであるという主張を行う。そうすると、相手方はそれに対する対応をしなければならなくなるので困る。こういう主張ではないかと思います。しかし、それは予見可能性を欠くという問題ではないのだらうと思います。規定自体が明確に書かれていれば、その規定を見れば予見可能性は当然あるわけです。なのに、予見可能性を欠くという批判をするのは、これは筋違いではないかと思います。取引が不安定になると言えるのかということも、私はやや疑

間で、これは後ろの方に、全体にかかわることとして私自身の意見をつけ加えていただきましたけれども、明確に定めをしても、それとは直接にかかわりなく自己の利益主張のために口実として使う者があらわれる。それは、しかし、どのような定め方をしても、どうしても起こってしまうものなので、そのような懸念があるからといって改正を行うべきではないということにはならないということとつながる問題なのですけれども、予見可能性を欠き、取引が不安定になるという表現は、私は不適當ではないかと思えます。お考えになっていることをもう少し正確に書いていただけないかというのが私からのお願いということになります。

○座長 ありがとうございます。

よろしくをお願いします。

○藤猪委員 本検討会では、条文や要件については特に言及していなかったのですが、意見も総論的な書き方をしておりますが、例えば「要件が明確でない場合は取引が安定しない」など、具体的に記載すれば、特段の違和感はないということでしょうか。

○山本(敬)委員 今の表現は、もちろん、私としては異論はないのですけれども、このお書きになっている文脈にうまくぴったり合うかどうかは次の問題になると思えますので、その点を含めてお考えいただければと思います。

○藤猪委員 要件を明確に規定していない前提で意見を書いているものですが、基本的にはわかりやすく書きかえる方向で検討したいと思えます。

○座長 どうもありがとうございます。

それでは、「総論」に関するほかの問題はございませんでしょうか。

それでは、20頁からですが、第2の「不当勧誘（誤認）」に関する問題で、マーカーがついていない部分について何か御意見ございますでしょうか。20頁から35頁までです。

宮下委員、よろしくをお願いします。

○宮下委員 24頁からの「不実告知」のところ、具体的には「不実要件の在り方」とか「告知要件の在り方」というところですが、この書きぶりだと議論が全くされなかったかのように見られてしまいかねないところがあります。というのは、ほかのところは検討会の議論状況について書いてあるのに、ここは全くないのです。確かにここを詰めて議論をしたかというところではないのですが、例えば24頁から25頁にかけて現行法に対して議論があるところということについては私も報告の中で御紹介したのですが、それに対して特に議論もなかったということだったと思えます。このままですと、全く議論をする必要がないというようにとられることがちょっと懸念される場所ですので、もちろんそうとられなければ良いのですけれども、何かうまく書き方がないのかな

と思います。確かに、むしろ重要事項とかそちらの方の議論を中心にした記憶がありますので、このところをすごく議論したかというところというわけではありません。あるいは、不実告知と不利益事実の不告知との棲分けの問題についても議論しましたが、そちらは不利益事実の不告知の部分の方で書いていただいているのでそれで良いのですけれども、先ほど申し上げた部分については書き方の問題だけなのですが気になっていますので、もし工夫ができればご修正をお願いします。

○座長 ありがとうございます。

どうぞよろしくをお願いします。

○須藤課長補佐 宮下委員から御指摘があったとおり、不実告知の議論は、ほかの要件との関係で関連するものが多く、重要事項であるとか、不利益事実の不告知に関連する議論は掲載しているところですが、ただ、こと不実要件や告知要件だけの問題ということになると、もちろん宮下先生に御紹介いただいた裁判例については掲載しているところですが、そこについて特段委員の皆様との間の議論という意味では、あまりなかったところですが、不実告知の議論でほかの要件に関係する議論は、当該要件の箇所に掲載していることとの関係で、ここでは紹介していないということであり、もちろん、不実告知について議論が全くなかったという認識で書いているものではありませんので、その点御理解いただければと思います。

○宮下委員 何か問題があるというよりは、読み手についての受け取られ方の問題です。ほかのところは議論状況という形で書いてあって、例えば、今、御指摘いただいた重要事項とか、あるいは不利益事実の不告知と関係で議論したというようなことがわかるような感じで書けないでしょうか。要するに、ここだけ(3)というのが全くないものですから、これは問題がないのでスルーしたのだなと思われても困るというだけの話なので、工夫のしようがないというのであれば仕方ないところもあるのですが、そこはちょっと気になったところということで御指摘だけさせていただきます。

○座長 この部分は宮下委員から詳しい御報告をいただいているところですので、その中から短くでも入れた方が体裁は良いのではないかと思います。

○宮下委員 私の方で補足する必要があるれば、そうさせていただきます。

○座長 よろしくをお願いします。

○消費者制度課長 ほかの論点に重複になるかもしれませんが、そういったところ等も踏まえつつ、こういった事例があるというようなことを書き足すということでよろしいですか。

○宮下委員 そうというような形であれば幸いです。要するに、どうしてもほかと差がついているように見えてしまうところが、気になりますので。

○座長 それでは、ここの不当勧誘、よろしく申し上げます。

○藤猪委員 委員提出資料3の2頁目、報告書(案)30頁の「先行行為要件」の3つ目の「事業者が告知すべき情報の中には、営業秘密等」について、これは「先行行為要件」ではなく「総合的意見」に分類していただきたいと思えます。この意見については、実務実態としてご紹介差し上げたものであり、要件の分類とは性質が違うものではないかと考えております。

以上です。

○座長 委員の方、御意見ございますでしょうか。

それでは、そういう扱いということをお願いいたします。

ここの部分は、報告書の30頁に、関連する御意見として増田委員からも御意見があるのですけれども、ただいまの藤猪委員の御意見とある意味対をなしている部分がありますので、藤猪委員の御意見を移すならば、そちらに移すということによろしいでしょうか。

では、よろしく申し上げます。

それでは、この項目について何かございますでしょうか。

それでは、36頁の「第3 不当勧誘(困惑)」であります。そこについて何か御意見ございますでしょうか。

ございませんようでしたら、「第4 不当勧誘(その他)」ということですが、37頁からでございます。何か御意見ございますでしょうか。

よろしく申し上げます。

○山本(健)委員 本日の委員提出資料2の第1の2です。本日の資料では44~45頁の「問題の所在」の後ろから2行目から3行目にかけて「各規律の具体的な内容や棲み分けが必ずしも明確ではないため」という記載部分について、「各規律の具体的な内容や相互関係には複数の考え方があり得るため」という記載に表現を改めていただきたいというのが意見内容でございます。

理由は、例えば日弁連意見書でも、各規律の具体的な内容や棲み分けを明確にして立法提案させていただいているつもりでありますので、複数の考え方があるため厳密に区分けしないでまとめて記載するという表現にさせていただいた方が厳密なのではないかというものです。

以上です。

○座長 ありがとうございます。

ただいまの御意見に関しては、何か他の委員から御意見ございますでしょうか。

では、反映させるということをお願いいたします。

この項目についてほかに御意見ございますか。

ございませんようでしたら、次の項目で「第5 不当条項」の問題について、

52頁以下ですが、何かございますでしょうか。

よろしく申し上げます。

○山本（健）委員 委員提出資料の1枚目の第1の3です。54頁の9条のところ
です。委員提出資料2には56頁と書いてあるのですがけれども、本日の資料では54
頁になっておりますので訂正させていただきます。

9条1号の「平均的な損害の額」の意義のところの「問題の所在」のところ
において、「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」
という問題整理をしていただいている部分について、ここに「その額が明確で
はない、逸失利益を当然に含めるべきではないという指摘がある」という下線
部のような記載を、問題をより明確化するという観点から付加していただき
たいという意見でございます。

以上です。

○座長 この点については、他の委員の方は御意見ございますでしょうか。よろし
いでしょうか。

では、反映させるということをお願いいたします。

ほかに不当条項に関連して何かございますでしょうか。

ございませぬようでしたら、次の「第6 その他」の項目に移らせていただ
きます。「その他」の項目で何かございますでしょうか。71頁から77頁までで
す。

よろしく申し上げます。

○山本（健）委員 73頁の「抗弁の接続」のところでございます。委員提出資料2
の2頁に書かせていただきました。委員提出資料2では76頁と書いてあります
けれども、本日いただいた資料では73頁になっておりますので訂正させてい
たきます。意見は2つございます。

まず、原案では、関連事例として裁判例【64】を御紹介いただいているので
すけれども、最判平成2年2月20日の最高裁判例と、ホームページリース案件
について、リース会社に注意義務違反が認められる場合には、役務の提供がな
いことを理由とするサプライヤーに対する抗弁を、信義則上リース会社にも主
張できるとした大阪地判平成24年5月16日消費者法ニュース92号237頁を、裁判
例として付加して記載頂きたいという意見が1点目でございます。

理由としては、割賦販売法の適用のない事案においても第三者与信契約への
抗弁接続の可否について判断している最高裁判例や裁判例が存在するので、今
回の報告書にも記載をしておくべきではないかというものです。

2点目は、原案では相談等事例に関する記載が全く無いのですがけれども、こ
の報告書の添付資料に出てくる事案の中でも、幾つか抗弁接続が問題となっ
ている事案というのが認められるように思いますので、既存の相談等事例の中か

ら、委員提出資料2の2頁目の②に列挙させていただきましたような事例の全部または一部を付加していただきたいという意見でございます。

具体的には、リースを組ませるの電話機販売やホームページ制作、クレジットを組ませるの広告宣伝契約、情報商材販売契約、美容整形契約、コンピューターソフトの販売、デート商法によるダイヤの販売などがございます。

また、クレジットを組ませるの高齢者への多数の商品販売やリフォーム契約、消費者金融で借入れをさせての研修受講契約の締結や投資用DVDソフトの販売、金融機関から借入れをさせての婚活サイト等を利用した収益不動産の販売などが相談等事例の中であったかと思えます。これらを取捨選択の上で記載していただきたいという意見でございます。

理由としては、商品販売契約や役務提供契約の対価の支払いが第三者与信契約の方法（クレジット、ローン、リース等）でなされているため、不当勧誘等に起因するトラブル事例において第三者与信契約に基づく金銭支払義務も同時に問題となる事例は非常に多いと理解しております。例えば、婚活サイトを悪用した収益不動産の販売の事例におきましても、デート商法による宝石販売の事例におきましても、高齢者への次々販売の事例におきましても、最後は「残存した金融機関への金銭債務（クレジット、ローン、リース）を何とかできないか」という問題に帰着いたします。そのような社会実態が存在すること、重要な社会問題となっていることを、抗弁接続という論点が問題となる基礎事情として今回の報告書に記載しておくのは有益であるという理由でございます。

以上です。

○座長 ありがとうございます。

ただいまの山本（健）委員の御意見に関して何か御意見ございますでしょうか。

ございませんようでしたら、その方向で、相談等事例等、取捨選択はこちらに任せていただくということよろしいですか。

○宗宮専門官 今回の抗弁の接続のところの御指摘の点で、2つの裁判例に関連してなのですけれども、最高裁と大阪地裁のものを挙げていただいている、このうち大阪地裁の方の事例ですけれども、事業者同士の取引に関する事例で、仮に抗弁の接続が認められたとしても、消費者契約法との関係でいくと、消費者概念の問題がまだ残っているというような事案であって、消費者契約に適用される規律の検討という意味では必ずしも適当ではないのかなということを取り上げなかった事例です。もしそこに御異論がなければ、今回は取り上げないという方向でと思うのですけれども、いかがでしょうか。

○座長 よろしくお願ひします。

○山本（健）委員 事業者間契約の側面があることについては御指摘のとおりかと

思います。

ただ、第1に、ホームページリースの案件については、それ自体が消費者概念のところで消費者契約法を準用ないし拡張すべき紛争類型ではないかということが問題になっている問題類型です。

第2に、事業者間契約においてすら、信義則上金融機関に対抗できるという法理論であれば、ましてや消費者契約においてその考え方が妥当しないはずがないというふうに思います。その意味で、報告書に記載しておいていただくことは非常に有益ではないかと思えます。特にクレジット契約などに比してリース契約において金銭支払債務を制限するというのは貴重な裁判例でもありますので、記載しておいていただくことは有益であると考えます。

したがって、できれば記載していただきたいという意見でございます。

以上です。

○座長 この点に関しては、ほかの委員の方、何か御意見ございますでしょうか。宮下委員、よろしくをお願いします。

○宮下委員 今、両方の御意見を忖度すると、まずはそれを記載をしていただいて、今、事務局から御懸念のあった点を一応付記していただくということではいかがでしょうか。ただし、例えば事業者間取引の事案とか、あるいは、もう少し表現は正確な方が良いとは思いますが、そういった形で記載する方法もあるのではないかと思いますので、御検討いただければと思います。

○座長 それでは、第6の項目についてほかに何かございますでしょうか。

ございませんようでしたら、第7の「消費者契約法の見直しに当たって考慮すべき点」について、何か御意見ございますでしょうか。この部分は全部メーカーでしたので、既に議論が済んでいるということになります。

それでは、報告書の残っているところではありますが、Ⅳの項目「論点一覧・事例対応表」の部分とⅤの「消費者契約法に係る裁判例の収集及び分析」の部分、このⅣとⅤの部分について何か御意見ございますでしょうか。

よろしくをお願いします。

○山本（健）委員 Ⅳの「論点一覧・事例対応表」に対する意見です。委員提出資料2の3頁に記載させていただいている意見内容です。3点ございます。

1点目が、先ほども出て参ったのですが、情報提供義務の部分について、「事業者」を「契約の一方当事者」に表現を変更していただきたいという意見です。

2点目が、本日いただいている資料の3頁目の一番下の「困惑」のところの「不退去・退去妨害以外の困惑類型（不招請勧誘、執拗な電話勧誘等）」という部分です。この部分の「裁判例」と「相談等事例」が空白になっていて、何も無いみたいな外形になっていますが、この点については、Ⅲの報告書では、

不当勧誘行為に関する一般規定に統合して記載するとされております。したがって、この一覧表のところでもその点がわかるように、関連事例が存在しない場合と読み手に区別ができるように、誤解を与えないように、注書きとして「不当勧誘行為に関する一般規定部分に統合して掲載」といった注意書きを加えていただきたいという意見です。

3点目は、先ほども申し上げましたとおり、抗弁の接続のところについて、原案では裁判例と相談等事例の記載があまりない状態なので、記載を付加していただきたいという意見です。

以上です。

○座長 どうもありがとうございました。御意見を踏まえて対応するということにいたします。

ただいまの項目、IVとVの部分について、さらに何か御意見ございますでしょうか。

御意見ございませんようでしたら、VIの項目、「消費者契約法に係る相談等事例の収集及び分析」、それから、VIIの「結語」の部分について御意見ございますでしょうか。

それでは、全体について御意見をいただいたということです。事務局からコメントをいただきたいと思えます。

○消費者制度課長 どうもいろいろと御議論いただきましてありがとうございました。

取りまとめについて、今日もかなり御意見をいただきましたので修正作業をやりたいと思えます。それで、また委員の御意見についても御修正をお願いすべきところも結構あったと思えますので、事務局の方でまた整理はしたいと思えますが、恐縮ですけれども、各委員からの修正の御意見につきまして今週中ということで締めさせていただきたいと思えますが、よろしいでしょうか。メールで結構ですので事務局宛てにお送りいただければと思えます。

それを踏まえまして、事務局の方でも同時並行的に修正作業をいたしますが、委員から修正意見を今週中にいただいたとしまして、それを踏まえての修正版を来週の水曜日ぐらいを目途に各委員にお送りさせていただければというふうに思えます。そこである程度締めてしまいたいなというふうには思うのですけれども、どうしても困るといのがもしおありでしたら、直ちにお返しいただくということを前提に、できれば来週中か、連休を挟んでその次の10月13日の週の早い時点には取りまとめという形で、座長と御相談をさせていただいて、字句修正等も踏まえて、最終的には座長の御判断のもとで取りまとめという形でやらせていただければというふうに勝手なタイトなスケジュール感で恐縮ですけれども考えますが、いかがでしょうか。

○座長 よろしいでしょうか。

「消費者契約法の運用状況に関する検討会」は、今日で第9回ということになります。委員の方々、事務局の方々、御参加いただいた方々に非常に熱心に短い期間でタイトなスケジュールで御議論いただき、それから、その前提の準備をしていただき、大変ありがたく思っております。この成果が報告書という形で出ますので、その報告書がまた次のステップで十分活用されるということを念願しております。

皆様、どうもありがとうございました。

それでは、本日は、板東消費者庁長官に御出席いただいております。今回で本検討会は最終回となりますので、検討会の閉会に際しまして板東長官より御挨拶をいただきたいと存じます。

板東長官、よろしくお願ひいたします。

○消費者庁長官 ただいま御紹介いただきました板東でございます。8月10日に就任させていただきましたけれども、この会には最後の最後に出席ということで大変失礼をいたしました。

先ほど座長からもお話がございましたように、後藤座長を初め委員の皆様には大変精力的な御議論をいただきまして、3月から9月まで9回という回数、特に9月は3回もお開きいただき、精力的に綿密に御議論いただいたこと、本当に感謝を申し上げたいと存じます。

おかげをもちまして、非常にたくさんの裁判例、相談事例、ADRなども含めまして、そういった事例も詳細に分析をしながら論点に関しての必要な議論の整理が十分にできたのではないかとこのように思っております。

8月5日に消費者委員会の方に、これから消費者契約法の見直しについて検討していただくように諮問がなされたわけでございまして、これから本格的に消費者委員会の方で御議論いただくわけでございます。まさにそのために本当に必要な議論の整理が行われた、あるいは材料がきちんと整理をされたというふうに思っております。消費者委員会の方から石戸谷委員長代理にずっと御参加いただいております。ぜひこの議論の取りまとめを生かしていただきながら議論を精力的に進めていただければというふうに思っております。

今、まだ民法の方の議論も約款などをめぐって進行中でございますけれども、民法改正が行われるのを一歩遅れたところで追いかけながら、この消費者契約法の改正についても消費者庁の方でも積極的な取組をしていかななくてはならないというふうに思っているところでございます。また引き続きまして御指導いただきますように、また、これ以外にも消費者行政に関しまして、さらなる御指導・御協力をいただければと思っております。本当にどうもありがとうございました。

○座長 板東長官、どうもありがとうございました。

最後に事務局から連絡事項があればお願いいたします。

○消費者制度課長 委員の皆様方、非常に精力的な御議論をいただきましてどうもありがとうございました。

取りまとめに際しましては、先ほど申し上げたようなスケジュール感で、若干タイトで大変恐縮でございますけれども、お願いできればと思っております。また、私ども最後の詰めの作業は座長とも御相談をしながらやらせていただいた上で、最終的に取りまとめという形で公表をさせていただきたいと思っております。

この検討会の成果につきましては、それを生かした上で、次の消費者委員会における検討のたたき台といたしますか、題材として活用していただくことを想定しておりますので、私どもとしては、また引き続き皆様方の御指導も仰ぎながら消費者委員会の検討に参画をしていきたいというふうに考えているところでございます。

私からは以上でございます。

○座長 それでは、本検討会はこれにて終了とさせていただきます。

お忙しいところを長きにわたり御協力いただきまして、どうもありがとうございました。

(以上)