

## 第3回 消費者契約法改正に向けた専門技術的側面の研究会 ヒアリング意見

2019年4月25日  
経団連 経済基盤本部

### 1. 合理的判断ができない事情の不当な利用に関する取消権について

#### (1) 事業者の行為態様

- ・ 作出型については、「事業者が特定の客観的な行為をすることで、消費者に一定の心理状態を作出すること」と定義されており、平成30年改正で定められた消費者契約法第4条第3項第3～6号の取消権により消費者保護の要請が強い類型についての手当がなされた。消費者庁の資料には、「幻惑」や「浅慮」といった記載があるが、事業者のどのような行為が対象となるのか。新たな規定を設けるかについては、特定の事例ごとに、消費者被害の発生の程度、事業者の営業活動の自由と消費者保護のバランス、現行の規定での保護の可否などを慎重に調査してから類型化し、定義・要件を明確にした上で、個別具体的に検討することが必要である。
- ・ 非作出型については、事業者が勧誘以外の積極的な行為をしていないことから、なおのこと慎重な検討が必要である。

#### (2) 消費者の事情

- ・ 状態型については、消費者一人ひとりの勧誘時の判断力を、事業者が客観的に判断、対応することは困難である。そこで、議論をするにあたっては、事業者が消費者の特定の心理状態を作出した場合（作出型）に限定すべきである。
- ・ 属性型については、当該属性は事業者の行為とは関係なく存在するものであることから、事業者の行為態様としては「非作出型」となるところ、1.(1)に述べたとおり、非作出型の規定を設けることには慎重に検討すべきである。なお、若年であることを属性とすることは、改正民法で成年年齢を引き下げた趣旨に反するおそれがある。また、高齢についても、判断力は人それぞれであり、過度にこの点に着目すべきではない。
- ・ いずれの類型についても、事業者の作出行為以外の規定が盛り込まれると、事業者としては判別が困難なため、消費者との契約に慎重となり、結果として、消費者の消費活動にとって不利益となるのではないか。

#### (3) 契約の内容

- ・ 内容不適合型については、当該契約が勧誘時に消費者にとって不適合かどうかは、事業者には判断が難しい。契約内容自体には不当性がないことから、事業者には帰責性が少ない場合も多いのではないか。例えば、内容不適

合型として、資料6の13頁に事例3-1～事例3-5を示しているが、これらの契約が取消されるべきといえるかについては、慎重に検討をお願いしたい。そもそも事例3-3のように不適合ですらないとも見られる事例がある。事業者が相当悪質な作出行為により当該不適合状態を作り出した場合に、議論の対象を限定すべきである。

- ・ 内容不当型については、民法等（信義則、公序良俗、錯誤等）で救済できる余地もあるため、どのような事例が漏れているのかを慎重に検討すべきである。

## 2. 平均的な損害の額について

### (1) 「平均的な損害の額」を推定する規定

- ・ 事業の種類が同種であっても、そのサービス内容や取引条件、コスト構造などは異なる。「法律上の推定」を認めるほどに経験則が働くものかどうか、更なる検討が必要である。
- ・ そもそも同種の事業を行っているといえるのかの判断が難しいため、具体的な運用が難しいのではないか。
- ・ また、推定を覆す場合は、企業が原価・コスト等の営業秘密の開示を迫られることになり得るため、事業上・営業上の秘密情報保護の観点から、直ちに容認できない。法改正によらずとも、消費者契約法10条の問題として対応できる可能性なども検討すべきである。

### (2) 訴訟において「平均的な損害の額」の算出根拠の資料提出を促す規定

- ・ 訴訟において、常に算定の根拠となる資料を提出しなければならなくなると、営業の秘密が侵害されるおそれがある。現状でも、必要な場合には、民事訴訟法220条第4号や裁判官による訴訟指揮によって、開示が可能である。一律に開示とするのではなく、裁判官による、営業の秘密と開示の必要性とのケースバイケースの柔軟な衡量ができるよう、現行制度を維持すべきである。

### (3) 消費者に実体法上の資料提出請求権を付与する規定

- ・ 資料閲覧請求権の主体が損害賠償請求を行った消費者に限定されていたとしても、当該消費者から資料に含まれる営業秘密が漏えいされるリスクが強く懸念されるため容認できない。
- ・ 訴訟を起こさない者が「訴訟を起こす」として資料提出請求権で事業者の営業秘密を知ろうとするなど、消費者による濫用的な権利行使がなされるおそれを排除できておらず、適切ではない。
- ・ なお、適格消費者団体の請求についても同様に容認できない。

### (4) 「平均的な損害の額」の意義について

- ・ 個別具体の事案に応じて検討すべきであり、意義を明確化する必要はない。

### 3. 契約条項の事前開示及び情報提供の考慮要素について

#### (1) 契約条項の事業者への事前開示

##### ① 事前開示の努力義務を設けることの是非

- ・ 努力義務であっても、事業者側に開示の負担等を増大させるため、反対である。条項を事前に開示することが直ちに消費者保護に資するのか、実効性に疑問がある。逐一見ない条項の総体の提供を求めるニーズがどこまであるのか。
- ・ 仮に、必要な情報のみの提供を求められたとしても、消費者ごとに必要な情報は異なるので、その判別は実務上困難である。

##### ② 努力義務を設ける場合に事業者に対して求められる行為

- ・ 企業に負担とならない方法を前提に、事業者の幅広い取引形態を念頭に置いた検討が必要となる。例えば、契約締結形態について、店頭で表示スペースが十分に確保できない場合や電話の場合はどう表示すればよいか、精査が必要である。また、定型約款以外の契約条項を用いる事業者においては、条項の総体を提供できない。消費者の立場から見ても、直ちに利用したい商品やサービスについても事前の表示を求めるのか。

##### ③ 改正民法の定型約款の開示との関係

- ・ 改正民法の定型約款の規律は、消費者契約も十分念頭に入れながら、約款を用いる取引のうち、「定型約款」に該当するものについて新たな規定を設け、適用することにより、取引の安定を図る趣旨で導入されたものと認識している。こうした改正民法の検討経緯や趣旨にも改めて意を用いていただきたい。例えば、電車に乗る場合、窓口や券売機、改札口においてすべからず契約条項を開示しては、あまりに経済実体にそぐわないのではないか。

#### (2) 情報提供の考慮要素

##### ① 情報提供の考慮要素を追加することの是非

- ・ 既に「知識」「経験」が考慮要素とされているので、重複する「年齢」を考慮要素とすることは不要ではないか。
- ・ 「生活の状況」「財産の状況」を考慮要素とすることは、事業者に対してこれらの要素を確認する努力義務を課すことになるが、これらは消費者のプライバシーでもあるため、回答・提供を拒絶されるケースが相当程度発生するものと想定され、改正法が機能する場面も限定的であると思われる。また、その確認自体が事業者の負担であるとともに、消費者側に警戒心を生じさせ、事業者との取引・契約締結を控えてしまうなど、事業者の営業活動に支障を生じさせるおそれがある。

以上