

2015年9月28日

内閣府消費者委員会事務局 御中

## 消費者契約法専門調査会「中間とりまとめ」に対する意見

### 1 「勧誘」要件の在り方について（第3、1）

#### 【意見】

争いのあった「勧誘」要件について、不特定の者を対象とした広告や表示であっても、事業者が消費者に対して特定の取引を誘引する目的をもってした行為については誤認取消ができる旨の明文の規定を置くべきである。

#### 【理由】

消費生活相談事例等では、パンフレットやインターネットの不特定多数向けの広告や表示に掲載された不実告知に相当する内容を信じて契約した消費者の被害事例が少なくない。

不特定多数向けの表示・広告の虚偽記載を信じて契約した消費者に誤認取消を認めないという結論は、パンフレット等による広報やインターネット取引による消費者契約が広く普及した現代社会に合致していない。

### 2 不利益事実の不告知について（第3、3）

#### 【意見】

（1）不利益事実の不告知のうち、利益となる告知と不利益な事実の関連性が強く、不告知が不実告知と同様に評価される場合（不実告知型）については、故意要件を削除すべきである。

（2）不利益事実の不告知のうち、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考えられる場合（不告知型）については、消費者が契約するかどうかに影響を及ぼす重要事項に関して故意または重過失による不告知があれば、取消を認めるべきである。

#### 【理由】

（1）現行法において、不実告知の場合には故意も過失も要求されない。このこととのバランス上、不利益事実の不告知のうち、先行する利益の告知によって不利益を告知しないことが、不実告知と同様に評価される場合（不実告知型）には故意・過失は不要とするのが相当である。

（2）不利益事実の不告知のうち、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考えられる場合（不告知型）については、先行行為がなくても、消費者が契約するかどうかに影響を及ぼす重要事項に関して故意による不告知があれば、特定商取引法と同様に取消を認めるべきである。また、内心である故意の立証は困難が伴うので、事業者にも重過失がある場合にも取消を認めるべきである。

### 3 「重要事項」について（第3、4）

#### 【意見】

「重要事項」の列举事由に、適用されるかどうか争いとなっていた「消費者が当該消費者契約の

締結を必要とする事情に関する事項」を付加すべきである。また、「重要事項」の列举事由は、これに限定されないこと、消費者が契約するかどうかに影響を及ぼすことを例示した列举であることを明示すべきである。

**【理由】**

実際の取引上、契約動機など契約締結の前提となる事項に関して不実告知がなされている紛争は極めて多く、これらの被害を救済する必要は極めて大きい。ところが、この点が「重要事項」となるかは解釈上争いがあった。そこで、消費者契約法でも、特定商取引法6条1項6号と同様に、契約動機に関する事項も取消しの対象に含まれることを明確にすべきである。

また、「重要事項」の列举事由を例示列举とすることで、「契約の締結を必要とする事情に関する事項」に含まれない事実に関する虚偽の告知がなされた案件にも対応できるようにすべきである。

#### 4 「困惑類型の追加」について（第3、5（1））

**【意見】**

不退去・退去妨害以外にも、①執拗な勧誘、②威迫による勧誘を困惑取消の対象とすべきである。

**【理由】**

現行法の困惑取消は適用される範囲が狭く、執拗な電話・訪問勧誘や威迫的な言動で消費者を困惑させて契約させるといった、不退去・退去妨害と大差ない被害事例に対応できていない。これらについても困惑取消ができるようにすべきである。

#### 5 「合理的な判断を行うことができない事情を利用して契約を締結させる類型」について（第3、5（3））

**【意見】**

合理的な判断を行うことができない事情を利用して不必要な契約を締結させる、いわゆる「つけ込み型不当勧誘」について、契約を取り消せる旨の規定を設けるべきである。

**【理由】**

認知症、躁鬱病等の事情で合理的な判断ができない状況にある消費者を狙った消費者被害が極めて多い。高齢化社会が進む我が国において、高齢者が安心して暮らしてゆける社会にするためには、いわゆる「つけ込み型不当勧誘」被害を規制対象に加えるべきである。

#### 6 第三者による不当勧誘（第3、6）

**【意見】**

第三者が不当勧誘行為を行った場合でも、契約の相手方である事業者が悪意・有過失の場合には、取消を認めるべきである。

**【理由】**

不当勧誘行為を行った者と契約の相手方である事業者が異なる場合でも、消費者が不当勧誘行為による誤認・困惑に基づいて契約しようとしていることを契約の相手方事業者が知っている場合や知り得た場合には、民法96条2項と同じく、消費者に取消権を認めるのが公平である。

## 7 取消権の行使期間（第3、7）

### 【意見】

消費者取消権の行使期間を、少なくとも短期3年、長期10年とすべきである。

### 【理由】

消費者契約被害の相談現場では、「騙されて恥ずかしい等々」と思い悩むうちに6か月以上経ってしまった」といった事案が少なくない。また、マスコミ報道などが契機となって被害に遭ったことが判った時には「契約してから5年以上が経っていた」といった事案も存在する。こうした事例で消費者を救済するためには取消しが可能な期間を延ばす必要がある。

## 8 法定追認の特則（第3、8）

### 【意見】

債務の履行を、消費者取消権の法定追認の対象から除外すべきである。

### 【理由】

取消権を失うといった大変なことになるとは知らずに、不当勧誘の被害にあった消費者が代金の一部の支払をしてしまっている事例も少なくない。その程度のことで消費者から取消権を奪うのは酷である。

## 9 取消権行使の効果について（第3、9）

### 【意見】

消費者取消権を行使した場合の返還義務の範囲に関して原状回復義務を免除又は縮減する特別規定を設けるべきである。

### 【理由】

消費者が取消権を行使しても、提供された役務の対価相当額の原状回復義務を負担しなければならないのでは、契約上の対価の支払義務を負担しているのと同じであり、消費者は全く救済されない。不当勧誘行為を行った事業者の「やり得」「利得の押し付け」を許さないためにも、改正予定の民法の規定との関係でも、消費者契約法に基づく取消については原状回復義務を免除又は縮減する特別規定を明確に設けるべきである。

## 10 損害賠償額の予定・違約金条項について（第4、2（2））

### 【意見】

現行の消費者契約法9条1号の「平均的な損害」の主張・立証責任を事業者を負わせることを明文で規定すべきである。

### 【理由】

その事業者が生ずべき「平均的な損害」は、通常はその事業者にはしか知り得ない事柄であり、消費者に主張・立証責任を課するのは不可能に近い困難を強いるものである。他方で、事業者においては、自らの帳簿その他の内部資料によって平均的損害を主張・立証することは容易である。したがって、主張立証責任の公平かつ合理的な分担という観点から、「平均的な損害」の主張・立証責任を事業者を負わせるべきである。

## 1 1 不当条項の類型の追加について・その1（第4、4）

### 【意見】

少なくとも下記の契約条項については、例外なく無効である旨の規定を設けるべきである。

- (1) 消費者の解除権・解約権を放棄させる条項
- (2) 契約文言の解釈権限を事業者のみに与える条項
- (3) サルベージ条項

### 【理由】

民法等で認められた消費者の解除権は、事業者が債務を履行しない場合等において消費者が契約から解放させる重要な権利である。この解除権を排除する契約条項は、消費者の重要な権利を奪うものである。

また、事業者が契約条項の一方的な解釈権や契約適合性の判定権を認める契約条項が存在する場合、事業者が消費者に対する法的責任の存否や契約内容を自らの意思で決定できることになってしまい、消費者の地位は極めて不安定なものになってしまう。

加えて、サルベージ条項は、全部無効であるはずの不当条項の存在を許容し、消費者の泣き寝入り招く点において、現実的な危険性は著しく大きい。

これらの契約条項は類型的に信義則に反して消費者の利益を一方的に害する契約条項であり、かつ、有効とすべき合理的な場面を想定し難い。したがって、これらの契約条項はおよそ無効である旨の規定を設けるべきである。

## 1 2 不当条項の類型の追加について・その2（第4、4）

### 【意見】

少なくとも下記の契約条項については、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性が認められる場合を除いて無効である旨の規定を設けるべきである。

- (1) 消費者の解除権・解約権を制限する条項
- (2) 事業者が当該条項がなければ認められない解除権・解約権を付与し又は当該条項がない場合に比し事業者の解除権・解約権の要件を緩和する条項
- (3) 消費者の一定の作為又は不作為をもって消費者の意思表示があったものと擬制する条項
- (4) 当事者の権利・義務の発生要件該当性若しくはその権利・義務の内容に関する決定権限を事業者のみに付与する条項

### 【理由】

民法等で認められた消費者の解除権を制限する契約条項は、消費者の重要な権利を制限するものである。

また、事業者の解除権・解約権を新たに付与したり、緩和したりする条項は、消費者に対する事業者の契約責任を一方的に消滅させたり、緩和させる条項であり、消費者の地位は極めて不安定なものになってしまう。

さらに、消費者の一定の作為又は不作為をもって消費者の意思表示があったものと擬制する条項は、当該消費者の真意に反する法律効果が擬制された場合には当該消費者に予期せぬ不利益を与え

る。

加えて、当事者の権利・義務の発生要件該当性若しくはその権利・義務の内容に関する決定権限を事業者のみに付与する条項は、契約の一方当事者が他方当事者に対する自らの法的責任の存否や範囲の決定に関与できることになる点において、消費者の地位を極めて不安定なものにする。

これらの契約条項は典型的に信義則に反して消費者の利益を一方的に害する契約条項である。もつとも、個別具体的な契約条項としては、多様なものがありえることから、原則として無効としたうえで、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性を事業者が明らかにした場合には有効とする余地を残すことが合理的である。

以上