

本検討会の目的

消費者契約法施行後の社会の変化等（※）を踏まえた消費者契約法見直し検討の本格的な議論のための準備作業として、消費者契約法の運用状況を踏まえた立法事実の候補の把握や論点の整理等を行うことを目的とする。

※ 平成13年4月の施行後10年以上が経過し、その間、情報化、高齢化、国際化等の社会の変化が生じている。

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（債権関係）改正の議論が進められている。

関連事例の収集・抽出

・**裁判例**： 委員報告やデータベース等を通じて収集した750件以上の事例のうち、事実認定の問題にとどまるものや純然たる適用事例、主張のみで裁判所の判断が示されなかったもの等を除き、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**164件**を抽出

・**相談等事例**： 消費生活相談や法律相談等の実務の実態についての委員報告、PIO-NET、適格消費者団体による差止請求事例、国民生活センターの発表事例等を通じて収集した事例のうち、事案が不明瞭なものや現行法の適用で解決し得るもの等を除き、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**233件**の事例を抽出

運用状況の考察・分析

本検討会において収集した裁判例及び相談等事例につき、消費者契約法の見直しに関連すると考えられる論点項目に対応させて整理した上、各論点項目について、(1) 問題の所在、(2) 関連事例、(3) 本検討会における議論状況を整理

主な論点項目と検討会における委員の意見

<消費者概念の在り方>（報告書3頁）

- ◆ 実質的に消費者と異なる「事業者」や当該事業者によって事業に誘い込まれた者が、情報力・交渉力の格差がある相手方事業者との間で締結した契約には、消費者契約法の保護を及ぼすべき
- 形式的に「事業者」である者を実質的に見て「消費者」とする基準を一義的に定めることは困難であり、消費者契約法の適用の有無が予測できないし、「消費者」か「事業者」かが個別事情により契約ごとに異なることは、取引を不安定なものとする

<情報提供義務の在り方>（報告書10頁）

- ◆ インターネット取引、約款取引、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
- 必要な情報の内容・種類は消費者によって異なり、契約の締結に「通常影響を与える」情報といっても具体的範囲は不明確であり、事業者の経済活動に与える影響が大きい

<勧誘要件の在り方>（報告書20頁）

- ◆ 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がある。また、インターネットの場合は、広告による契約締結の意思の形成が対面契約よりも直接的と考え得る
- 事業者は消費者とのトラブル予防目的で広告に幅広い情報を記載することが考えられるが、かえって消費者に必要な情報がわかりにくくなる

<重要事項要件の在り方>（報告書31頁）

- ◆ 動機も「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、重要事項に含むべき
- 動機は個々の消費者により様々であり、契約締結時に事業者が特定することは困難

<不当勧誘行為に関する一般規定>（報告書45頁）

- ◆ 消費者の判断力の低下等に乗じた不当な勧誘に対応する立法の必要性は高く、困惑類型を拡充したり、誤認類型・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るなどすべき
- 不要な商品・役務であれば、消費者には拒否する選択肢があることを考慮すべき

<不当条項リストの在り方>（報告書64頁）

- ◆ 現行法の不当条項リストは2か条のみで、一般条項に委ねられている部分が多い。予見可能性、不当条項の抑止効果という観点からも、具体的な不当条項リストの充実が必要
- 評価の余地があるリストが策定された場合は、取引を無用に混乱させかねない点に留意すべき

<約款に関する規律>（報告書72頁）

- * 民法（債権関係）改正の要綱仮案で保留とされていることから、引き続き、民法改正における議論を踏えた検討をする必要がある

今後の検討

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、内閣府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進められることとなる。