

【 消費者契約法（実体法部分）に関する論点と法改正の方向 】
～ 「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」に基づく立法提言 ～

日本弁護士連合会消費者問題対策委員会・副委員長
弁護士 山本健司（清和法律事務所）

第I章 契約締結過程に関する法規範

第1 消費者取消権

1 誤認取消

(一) 勧誘要件と広告（4条1項1号）

(1) 現行法の問題点

- (ア) 現行法4条1項の「勧誘をするに際し」という文言については、不特定多数に向けられた広告、チラシ等が含まれるか否かについて解釈上の疑義が存在する。
- (イ) この点、消費者庁逐条解説は、「不特定多数向けのもの等客観的にみ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、約款の店頭掲示・交付・説明等）は『勧誘』に含まれない」としている。
- (ウ) しかし、消費生活相談事例においては、広告に掲載された不実告知に相当する内容を信じた消費者の事例が見受けられる。また、インターネット取引における広告・表示や商品・包装・容器への表示など、性質上、消費者がその情報によって契約締結の意思を形成しており、契約締結の意思形成を直接的に働きかけていることが多いと考えられる場合（契約締結に直結する広告・表示）のほか、不特定多数向けの広告・チラシなどであっても、当該消費者がその情報によって誤認し、誤認に基づく契約締結の意思を形成していると認められる場合はある。そのような場合には契約を取り消しうるよう、立法的に「勧誘」要件を見直す必要がある。

(2) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（誤認惹起行為）

第4条 消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 現行法4条の「勧誘をするに際し」を「消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に」と改正することを提案する。
- (b) まず、「勧誘」要件を削除し、端的に「消費者契約の締結の際に」とすることで、消費者契約の締結について事業者が消費者の意思形成に働きかける手段は、特定の消費者に対するものだけではなく、不特定又は多数の消費者に対して誘引する手段として行われる広告等の表示も含めて対象となり得ると明確化することを企図している。
- (c) また、「締結に先立ち」を追加することで、契約締結前の契約誘引等の段階における誤認惹起行為も対象となると明確化することを企図している。

（二）「重要事項」要件（4条4項）

（1）現行法の問題点

- （ア）現行法4条4項は、誤認取消の対象となる重要事項について、①1号（物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容）又は2号（物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件）にあたる事項であって、かつ、②消費者が当該消費者契約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、と規定しているところ、消費者庁逐条解説は1号・2号を限定列举ととらえている。
- （イ）しかしながら、誤認取消の基礎にある「事業者が積極的な行為によって消費者を誤認させた以上、契約を取り消されてもやむをえないという考え方」に照らせば、1号・2号は例示列举と解しうるし、事業者が動機の錯誤を引き起こしている場合につき、端的に消費者契約法による取消しを認めて然るべきである。
- （ウ）実際にも契約動機に関する不実告知の被害事例は多い。特定商取引法では、平成16年改正において契約動機に関する事項も取消の対象に含まれることが明確にされている。

（2）具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（誤認惹起行為）

第4条

3 第1項第1号及び前項の「重要事項」とは、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。

【 提言内容に関する説明 】

現行法4条4項から1号・2号という限定を取り除き、「重要事項」を「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」とすることを提案する。

（三）断定的判断の提供（4条1項2号）

（1）現行法の問題点

- （ア）現行法4条1項2号は、取消権の対象となる「断定的判断」の内容につき、「物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものに関し、将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項」と規定している。また、消費者庁逐条解説は、「その他の将来における変動が不確実な事項」とは、その前に例示された二つの概念に関連するものと捉え、消費者の財産上の利得に影響する事項に限られるとしている。
- （イ）しかし、事業者と消費者との間の構造的な情報・交渉力格差の中で、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る。
- （ウ）実際に、消費者の財産上の利得に必ずしも影響しない事由に関する断定的判断が行われた被害事例は非常に多く、裁判例においても解釈は分かれている。

(2) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

(誤認惹起行為)

第4条 消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものに関し、不確実な事項につき断定的判断を提供すること。当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認

【 提言内容に関する説明 】

現行法4条1項2号の「将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が」部分の削除を提案する。

(四) 不利益事実の不告知（4条2項）

(1) 現行法の問題点

- (ア) 現行法4条2項は、事業者が消費者に対し、消費者に利益となる事項を告げた場合で、それに関連する消費者に不利益となる事実を故意に告げなかった場合に、消費者に取消権を付与する。また、消費者庁逐条解説は、本条項の「故意」を、「当該事実が当該消費者の不利益となるものであることを知っており、かつ、当該消費者が当該事実を認識していないことを知っていながら、あえて」の意味としている。
- (イ) しかし、これでは民法上の詐欺の故意と変わりがないことになり、本条項を規定する意味がなく、消費者側の立証も困難である。
- (ウ) 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る。現行法において不実告知（4条1項1号）の場合には、不実告知者には故意も過失も要求されないこととのバランス上も、故意・過失は不要とすべきである。

(2) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

(誤認惹起行為)

第4条

2 消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事項（当該告知により当該事項が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を告げなかったことにより、当該事項が存在しないとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。ただし、当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず、当該消費者がこれを拒んだときは、この限りでない。

【 提言内容に関する説明 】

4条2項の「故意に」部分の削除を提案する。

2 困惑取消（4条3項）

（一）現行法の問題点

- （ア）現行法4条3項は、契約締結過程における事業者の困惑惹起行為によって消費者が瑕疵ある意思決定をした場合の取消権を定めているところ、そこでは困惑惹起行為として、①不退去（1号）、②退去妨害（2号）の2類型しか規定されていない。
- （イ）しかし、現実のトラブル事例としては、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するなど、非身体拘束型の困惑惹起行為で消費者を困惑させ、もって契約を締結させるケースも多い。このような事例は、現行法の2つの困惑類型と実質的に何ら差がない。困惑取消は非身体拘束型困惑惹起行為に拡張する必要がある。

（二）具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（困惑惹起行為）

第5条 消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

三 当該事業者が、当該消費者に対して、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その他心理的な負担を与える方法で勧誘すること。

【 提言内容に関する説明 】

現行法4条3項の1号・2号に加えて、新たに3号として非身体拘束型困惑惹起行為を追加すること、具体的には「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その他心理的な負担を与える方法で勧誘すること」の追加を提案する。

3 つけ込み型不当勧誘取消（新設）

（一）現行法の問題点

- （1）現行法の不当勧誘行為規定は、誤認惹起行為と困惑惹起行為が認められる場合の消費者取消権を定めているのみである。
- （2）しかし、今日の社会では、年齢や疾病による判断力の減退など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状況にあることを不当に利用して契約を締結させる深刻な被害が多発している。特に近年は高齢化社会の進展に伴い、判断能力が減退した高齢者の被害相談が増加を続けている。現行法では、このように消費者が合理的に判断することができない状況を不当に利用して契約を締結させる「つけ込み型の不当勧誘行為」に対する救済規定が存在しない。そのため、上記のような被害の救済は、公序良俗違反や不法行為といった民法の一般規定の適用が可能な範囲での限定的かつ不安定な救済しか出来ない実情にある。
- （3）高齢者被害は困惑取消の拡張だけではカバーしきれない。「困惑」が肯定できない事案があるためである。この点は評価検討委員会報告書でも「消費生活相談事例においては、①必ずしも場所的な不退去又は監禁を伴うわけではないが、電話による執拗な勧誘がされたり、断れない状況下で消費者がやむなく契約を締結していると見られる場合のほか、②高齢者や認知症の傾向が見られる者等に対し、その弱みにつけ込むようにして不必要とも思える量及び性質の商品を購入させていると見られるいわゆるつけ込み型の勧誘事例も見受けられる」とされているとおりである。

(二) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（つけ込み型不当勧誘）

第6条 消費者は、事業者が、当該消費者の困窮、経験の不足、知識の不足、判断力の不足その他の当該消費者が消費者契約を締結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、当該消費者に消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をさせたときは、これを取り消すことができる。

2 第4条第4項の規定は前項の場合に準用する。

【 提言内容に関する説明 】

- 1 消費者契約において新たに「つけ込み型不当勧誘」という取消類型を追加することを提案する。
- 2 その具体的内容については、いわゆる現代的暴利行為論の前段要件を参考に「当該消費者の困窮、経験の不足、知識の不足、判断力の不足その他の当該消費者が消費者契約を締結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、当該消費者に消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をさせた」とすることを提案する。

4 取消権の行使期間（7条）

(一) 現行法の問題点

- (1) 現行法7条1項は、消費者契約法に基づく取消権は、追認をすることができる時から6か月、契約締結の時から5年で時効によって消滅している。
- (2) しかし、消費者被害にあった消費者は、恥ずかして他人に言えない、契約書ではどんな場合も返金しないと書いてあるから無駄ではないか、費用がかかる、紹介者の知人に迷惑がかからないか等と思い悩むうちに6か月が経過してしまうといったことはよくあることである。また、交渉自体にも一定の期間を要するため、交渉中に期間が満了してしまうことも考えられる。
- (3) また、収益不動産の取引契約や生命保険契約などでは、契約の時から5年が経過した後問題が顕在化することもある。
- (4) 現実の被害事例や被害者の対応に鑑みれば、消費者に取消権行使の機会を与えた本法の趣旨を実効あらしめるために、時効期間を延長する必要がある。

(二) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（取消権の行使期間等）

第11条 この法律の規定による取消権は、取消しの原因となっていた状況（心理的な影響を含む。）が消滅した時から3年間これを行わないときは、時効によって消滅する。当該消費者契約の締結の時から10年を経過したときも、同様とする。

【 提言内容に関する説明 】

消費者取消権の行使期間を「3年、10年」に延長することを提案する。

5 追認・法定追認の排除（新設）

（一）現行法の問題点

- (1) 現行法では11条1項により、消費者契約法上の取消事由についても民法第122条ないし第125条（追認及び法定追認の規定）が適用される。
- (2) しかし、消費者契約においては、誤認状態、困惑状態から脱した後でも、全部又は一部の履行といった法定追認事由が起こりうるのであって、消費者が、明確に意図しないまま、取消権を行使し得なくなってしまうことがある。いわゆる易学事件の大阪高判平成16年7月30日兵庫県弁護士会HPが、その最たる例である。また、追認についても、「追認します」という書面への署名捺印を求められ、消費者が効果を理解しないまま応じてしまうこともある。

（二）具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（追認及び法定追認の排除）

第12条 民法第122条から第125条までの規定は、この法律の規定による意思表示の取消しについては適用しない。

【 提言内容に関する説明 】

消費者取消権に関する追認・法定追認の適用排除規定の追加を提案する。

6 取消の効果（新設）

（一）現行法の問題点

- (1) 消費者がせつかく本法に規定された取消権を行使しても、当該契約に基づき給付を受けたサービスの対価相当金を不当利得返還義務ないし原状回復義務として負担しなければならないとするならば、実質的にみて消費者取消権を認めた趣旨が没却される。のみならず、社会正義に反する不合理な結果を招来する。
- (2) 本法が規定する消費者取消権等を無意味にしないためにも、不当勧誘行為を行った事業者の「やり得」「利得の押しつけ」といった社会正義に反する結果を許さないためにも、違法行為の抑止という観点からも、消費者取消権で消費者契約が取消し、無効となった場合の消費者の責任の減免規定を立法化すべきである。

（二）具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（消費者契約の取消し及び無効の効果）

第21条 この法律の規定により消費者契約が取り消され、又は無効となる場合は、消費者は、その契約によって現に利益を受けている限度において、返還の義務を負う。

2 前項の場合において、事業者が行った行為の態様、消費者が受けた不利益の内容及び程度、当該消費者契約の性質及び内容等を総合考慮して、信義誠実の原則に反すると認められる場合には、当該事業者は、当該消費者に対し、利益の全部又は一部について返還を請求することができない。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 本法によって消費者契約が取消・無効となった場合の効果規定の新設を提案する。
- (b) 具体的には、消費者の返還義務を現存利益に限定すること、極めて悪質な事案においては事業者の返還請求権が信義則で制限される旨の規定の新設を提案する。

第2 損害賠償請求権

1 不当勧誘行為に関する損害賠償請求権（総論、一般規定：新設）

※「2 誤認・困惑・つけ込みと損害賠償請求権」を含む。

(一) 現行法の問題点

- (1) 現行法の不当勧誘行為規定は、誤認惹起行為と困惑惹起行為がある場合に消費者取消権を定めているのみであるが、消費者の権利・利益を侵害する事業者の契約勧誘行為（いわゆる不当勧誘行為）は、上記のような場合に限られない。
- (2) 消費者契約に関する包括的民事ルールを規定する消費者契約法において、「契約締結の前後にかかわらず、事業者が消費者の権利・利益を不当に害する契約勧誘行為を行って消費者の権利・利益を侵害した場合には、当該消費者は当該事業者に対して損害賠償請求権を行使できる」旨を明定しておくことは、消費者の権利・利益の保護、不当勧誘行為の抑止という観点から意義が大きい。
- (3) また、事業者の不当勧誘行為を理由とした消費者取消権の行使が可能な場合でも、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事案がある。¹
- (4) さらに、事案によっては、消費者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事案も存在する。²

(二) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（不当勧誘行為と損害賠償義務）

第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りではない。

五 第4条第1項、第4条第2項、第5条第1項又は第6条第1項に該当する行為を行うこと

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 事業者の不当勧誘行為で損害を被った場合の消費者の損害賠償請求権の新設を提案する（事業者の故意・過失を要件とする）。
- (b) 損害賠償を招来する不当勧誘行為として下記の行為を列举することを提案する。
 - ① 誤認惹起行為、困惑惹起行為、つけ込み型不当勧誘行為
 - ② 情報提供義務違反・説明義務違反、不招請勧誘、再勧誘、適合性原則違反
 - ③ その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（受け皿規定）

¹ 例えば、消費者が消費者契約の締結過程で余分に出費した費用等の損害がある場合においては、取消による原状回復だけでは上記の損害が填補されず、消費者被害救済の趣旨を完全に実現することはできない。

² 例えば、保険契約において保険で填補される範囲に関する不適切な情報提供があった場合に保険契約の効力を維持しながらより適切な選択ができた場合との給付の差額を賠償請求したいという場合や、欠陥工事について原状回復工事によってかえって大規模な損害が発生するおそれのある場合に、これを撤去することなく、出損した金員の返還とその補修補強に要する費用を損害として賠償請求をしたい場合などである。

3 情報提供義務違反・説明義務違反（3条1項）

(一) 現行法の問題点

- (1) 現行法3条1項では、事業者の情報提供は努力義務と規定されている。
- (2) しかし、事業者と消費者との間に存在する情報・交渉力格差から生じる消費者被害の救済と防止を目的とする消費者契約法の趣旨・目的からも、情報力に優る事業者から消費者への情報提供義務・説明義務は法的義務と明定されるべきである。
- (3) 平成16年改正の消費者基本法は、事業者に対して、その供給する商品及び役務について「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」を責務とする規定（同法第5条第1項第2号）を置いている。
- (4) 現代社会におけるインターネット取引、約款取引、複雑な内容の取引の拡大に伴い、ネット等での広告の在り方を含めて、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。

(二) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（事業者の情報提供義務・説明義務）

第3条 事業者は、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、消費者に対し、当該消費者契約に関する事項であって、次の各号に掲げるものについて、その情報を提供し、説明しなければならない。

- 一 **当該消費者契約を締結するか否かに関して消費者の判断に通常影響を及ぼすべきもの**
- 二 **当該消費者契約を締結するか否かに関して当該消費者の判断に特に影響を及ぼすもの（当該消費者の当該判断に特に影響を及ぼすものであることを当該事業者が当該消費者契約締結時に知り、又は知ることができる場合に限る。）**

2 前項の場合には、事業者は、消費者が通常理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明をしなければならない。ただし、当該消費者が理解することが困難であると認められる事情があり、かつ、当該事業者が当該消費者契約締結時に当該事情を知り、又は知ることができる場合には、当該事業者は、当該消費者が理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明をしなければならない。

（不当勧誘行為と損害賠償義務）

第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者が故意又は過失がない場合は、この限りではない。

- 一 **第3条第1項又は第3条第2項の規定に反する行為を行うこと**

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 情報提供義務・説明義務を事業者の法的義務と明定する規定、事業者の情報提供義務違反・説明義務違反で損害を被った場合の消費者の損害賠償請求権の新設を提案する。
- (b) 情報提供・説明の対象については「当該消費者契約を締結するか否かに関して消費者の判断に通常影響を及ぼすべきもの」という原則と一定の例外を提案する。
- (c) 情報提供・説明の方法・程度については「消費者が通常理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明をしなければならない」という原則と一定の例外を提案する。

4 不招請勧誘・再勧誘（新設）

（一）現行法の問題点

- (1) 現行法には不招請勧誘（＝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）に関する規定は存在しない。不招請勧誘は、契約意思がない消費者に不意打ち的に勧誘を行うもので、不当な契約を誘発する温床となっている。特に高齢者被害は不招請勧誘によるものが多い。
- (2) 不招請勧誘は、住所や勤務先等といった消費者個人の生活圏に時間や状況を選ばずに無制限に入り込むものであり、消費者の私生活の平穩を侵害する不当な勧誘行為である。かかる行為は民事ルールでも損害賠償請求権を帰結する不当勧誘行為であることを明らかにしておくべきである。
- (3) 同様の観点から、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）も損害賠償請求権を帰結することを明定すべきである。
- (4) 不招請勧誘等の効果は、保護法益が私生活の平穩に止まる場合もあることを考えれば、損害賠償と位置づけるのが相当と考える。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が認められる場合はありえる。

（二）具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（不当勧誘行為と損害賠償義務）

第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者が故意又は過失がない場合は、この限りではない。

一 当該消費者契約の締結の勧誘の要請をしていない消費者に対し、訪問、電話、ファクシミリ装置を用いた送信又は電子メール等の送信により、当該消費者契約の締結について勧誘すること。

二 当該消費者契約を締結しない旨の意思を表示した消費者に対し、当該消費者契約の締結について勧誘すること。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 事業者の不招請勧誘・再勧誘で損害を被った場合の消費者の損害賠償請求権の新設を提案する。
- (b) 不招請勧誘については、消費者による予めの勧誘拒否の意思表示を要件とするか否かで、オプトイン（事前に要請又は同意なき限り勧誘してはならない）とオプトアウト（事前の勧誘拒否を表明した消費者に勧誘してはならない）があるが、上記2号はオプトインで提案している。不招請勧誘は定型的に消費者の私生活の平穩を侵害する勧誘方法であり、消費者の事前の勧誘拒否の表明を待つまでもなく不当勧誘行為であるという理解に基づく。

5 適合性違反（新設）

（一）現行法の問題点

- (1) 現行法には適合性原則（＝投資取引等において、知識・経験・投資目的・財産状況に照らして、当該取引をするためにふさわしい能力を有していない者に対して、不適当な勧誘をしてはならないというルール）に関する規定は存在しない。
- (2) 適合性原則違反が問題とされる事例としては、投資取引の事例が多いが、一般の消費者契約に目を向けると、専門的知識を有しない一般人に契約締結目的に反する新規性が高い取引を推奨して契約させた場合なども考えられる。
- (3) 適合性原則に関しては、最判平成17年7月14日民集59巻6号1323頁が、証券取引の案件について「顧客の意向と実情に反して、明らかに過大な危険を伴う取引を積極的に勧誘するなど、適合性の原則から著しく逸脱した証券取引の勧誘をしてこれを行わせたときは、当該行為は不法行為法上も違法となる」と判示している。上記判例を参考に消費者契約一般に妥当する民事ルールの適切な要件を検討すべきである。

（二）具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（不当勧誘行為と損害賠償義務）

第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者が故意又は過失がない場合は、この限りではない。

四 当該消費者の契約締結の目的、契約締結の必要性、知識、経験、理解力、財産の状況等に照らして不適当な契約を勧誘する行為

【 提言内容に関する説明 】

事業者の適合性原則違反で損害を被った場合の消費者の損害賠償請求権の新設を提案する。具体的には「当該消費者の契約締結の目的、契約締結の必要性、知識、経験、理解力、財産の状況等に照らして不適当な契約を勧誘する行為」という文言を提案する。

第3 消費者公序規定（新設）

1 現行法の問題点

- （一）現在の消費者契約法は、契約締結過程における不当勧誘行為規定と契約条項の内容に関する不当条項規定で消費者契約の適正化を確保する構造である。しかし、そのいずれによっても消費者契約の適正化を確保できない場合がある。例えば、事業者の消費者に対する不当な勧誘行為によって著しく対価的に不均衡な内容の消費者契約が締結されているにもかかわらず、消費者契約法の個別規定によっては契約の解消ができないといった場合である。
- （二）特に同一人物が多数の被害にあっている案件などでは、実務上、個々の不当勧誘行為に着目しては消費者取消権の要件事実を裏付ける主張立証が困難となる、被害の大きい救済されるべき案件ほど訴訟上の救済が難しいといった切実な問題がある。
- （三）こうした場合、最終的には民法90条（公序良俗）が受け皿規定として機能することになる。しかしながら、民法は本来的に対等当事者間の契約関係を予定した法律である

ため、裁判においても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という消費者契約の特質を十分に反映した救済判断がなされるとは限らない。

- (四) 消費者契約法において、民法90条（公序良俗）を消費者契約に適用する際の解釈準則を明文で規定しておくことや、不当勧誘行為によって招来された対価的に不均衡な消費者被害（過量販売の事案など）に関する救済規定を明定しておくことは有益である。

2 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（消費者公序）

第8条 消費者契約が公の秩序又は善良の風俗に反するか否かを判断するに当たっては、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の存在、当該消費者契約の目的及び内容並びに締結に至る経緯その他一切の事情を考慮するものとする。

2 事業者に過大な利益を得させ、又は消費者に過大な不利益を与える法律行為が、当該事業者が当該消費者に対して不当勧誘行為を行ったことによってなされたものであるときは、公の秩序又は善良の風俗に反し無効とする。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 消費者契約に民法90条を適用するときには当事者間の情報・交渉力格差等を考慮する旨の解釈規定を置くことを提案する（第1項）。
- (b) 消費者公序違反の1類型として、消費者に過大な不利益を与える内容の法律行為が事業者の不当勧誘行為に起因する場合（過量販売の事案など）の契約無効を定める個別規定を提案する（第2項）。

第4 契約条項の透明性（3条1項）

1 現行法の問題点

- (一) 現行法3条1項は、いわゆる透明性の原則を事業者の努力義務にとどめている。
- (二) 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は、事業者・消費者間で認識の不一致に起因する消費者被害が発生する。このような事態を防ぐため、消費者契約の条項については一般消費者が理解できるだけの明確性と平易性を法的義務として要求すべきである。
- (三) また、消費者契約の契約条項について、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の解釈準則として、消費者有利解釈の原則が併せ規定されるべきである。

2 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（契約条項の明確化・平易化）

第14条 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について消費者にとって明確かつ平易な表現を用いなければならない。

（契約条項の解釈準則）

第15条 消費者契約の条項が不明確であるため、その条項につき複数の解釈が可能である場合は、消費者にとって最も有利に解釈しなければならない。

【 提言内容に関する説明 】

透明性原則の法的義務化、消費者有利解釈の原則の明文化を提案する。

第Ⅱ章 契約内容に関する法規範

第1 現行法の修正（8条～10条）

1 一般規定（10条）

(一) 現行法の問題点

- (1) 現行法10条の前段部分の「民法，商法その他の法律の公の秩序に関しない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」という部分について，消費者庁逐条解説は「民法，商法等の法律中の任意規定から乖離している場合」であるとしている。

しかし，最判平成23年7月15日金判1372号7頁は「ここにいう任意規定には，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である」と判示している。前段要件は上記最判を踏まえた文言改正が必要不可欠である。

- (2) 現行法10条の後段部分の「民法第1条第2項の定め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」について，消費者庁逐条解説は「民法第1条第2項に反しないものは本条によっても無効にならない。」としている。

しかし，前掲の最高裁判例は，後段要件につき「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」と判示している。後段要件も，上記最判を踏まえた文言改正が必要不可欠である。

(二) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（不当条項の効力に関する一般規定）

第16条 消費者契約の条項であって，当該条項が存在しない場合と比較して，消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害するもの（以下「不当条項」という。）は無効とする。

2 消費者契約の条項が消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害しているかどうかは，当該条項の目的及び内容，当該契約の性質及び契約全体の趣旨，同種の契約に関する任意規定が存在する場合にはその内容等を総合考慮して，消費者契約法の目的に照らし判断する。

【 提言内容に関する説明 】

最判平成23年7月15日の判旨に適合するように、現行法10条の前段要件を「当該条項が無い場合との比較」という要件に変更すること、及び、後段要件の「信義則違反」を消費者契約法の趣旨等に鑑みた総合的な考慮において決すべき要件であると明記することを提案する。

2 過大な違約金①（9条1号）

（一）現行法の問題点

（1）平均的損害の立証責任

- （ア）平均的損害の立証責任については、最判平成18年11月27日判時1958号12頁は、消費者が負うと判示している。
- （イ）もっとも、事業者の「平均的な損害」について資料を有しているのは事業者である。事業者が生ずる損害について、資料を有していない消費者に負担させるのは酷である。事業者立証責任を負担させることが、妥当かつ公平である。
- （ウ）下級審の裁判例では、「平均的な損害」の立証責任を事業者に課すものや、事実上の推定により消費者が一応の立証を行えば事業者が平均的損害について反証する必要があるとするものが存在する。前掲の最高裁判例も、「事実上の推定が働く余地があるとしても、基本的には（中略）学生において主張立証責任を負うもの解すべきである」と判示されており、上記のような問題点を踏まえた運用面への配慮に言及している。

（2）平均的損害の基準

- （ア）近時の裁判例においても「平均的な損害」の解釈は一様でなく、立法案としてその算出方法について具体的な基準を設けることが考えられる。
- （イ）この点、もし事業者の逸失利益が平均的損害に当然に付加されるとすれば、消費者に解除権を認めないのと同じことになりかねない。また、消費者の金銭負担を「平均的な損害」額に限定しようとした法の趣旨にも反する。したがって、逸失利益を当然に平均的損害に含めて考えることは慎重でなければならない。
- （ウ）第9条第1号の法改正に際しては、上記のような観点を踏まえた算定基準を明文化することが望ましい。

（二）具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（不当条項とみなす条項）

第17条 次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項とみなす。

六 当該消費者契約の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。ただし、これらを合算した額が、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い、当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超えない部分を除く。

【 提言内容に関する説明 】

- （a）現行法9条1号の平均的損害の立証責任を事業者に転換する法改正を提案する。
- （b）なお、日弁連試案では、現在9条1号で対応されている「継続的契約の中途解約時の解約金をめぐる問題」につき別に条文を置くことを提案している（第23条）。

3 過大な違約金②（9条2号）

（一）現行法の問題点

- （1）現行法9条2号は、消費者の金銭支払債務の遅延に対する損害賠償額の予定等について、年14.6%を超える損害賠償を請求することはできないとしている。
- （2）しかし、年14.6%という上限利率は、現在の超低金利という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、法制審議会の民法改正論議で法定利率を年3%に引き下げたうえで変動金利制を導入する方向で議論がなされている状況を踏まえる必要がある。

(二) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（不当条項とみなす条項）

第17条 次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項とみなす。

七 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日（支払回数が二以上である場合には、それぞれの支払期日。以下この号において同じ。）までに支払わない場合における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、支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について、その日数に応じ、当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控除した額に民法が定める法定利率の2倍の割合を乗じて計算した額を超えるものについて、当該超える部分。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 現行法9条2号の「年14.6%」を引き下げる方向で改正することを提案する。
- (b) 具体的には、改正前の利息制限法が損害賠償額の予定につき上限金利の2倍を限度としていたことを参考に「民法の法定利率の2倍」と改正することを提案する。

第2 新たな不当条項リスト（新設）

1 現行法の問題点

(1) 不当条項リストの追加の必要性

現行法は、10条で包括的な不当条項規制をする一方で、具体的な不当条項を規律した規定（不当条項リスト）を2条文（8条・9条）しか置いていない。すなわち、一般条項に委ねられている部分が広すぎ、予見可能性という観点からも、不当条項の削減効果という観点からも、極めて不十分な状態である。今回の法改正では、具体的な不当条項リストの充実に努めることが必要不可欠である。

(2) ブラックリスト+グレーリスト

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である。

(3) 具体的な不当条項リストの内容

具体的な不当条項リストとしては、これまでの裁判例、学説、比較法、社会で利用されている合理性に問題のある契約条項に実例、紛争実態等を踏まえたリストの法制化が必要である。

(4) 日弁連改正試案におけるブラックリストの具体例

- ① 契約文言の解釈等に関する排他的権利を事業者に認める条項
- ② 消費者の法定解除権（取消権、解約権）を排斥する条項
- ③ 事業者が債務を任意に履行しないことを許容する条項
- ④ サルベージ条項

(5) 日弁連改正試案におけるグレーリストの具体例

- ① 事業者の法令上の責任を免責する条項（8条に該当する場合を除く）
- ② 高額な損害賠償の予定又は違約金（9条1号に該当する場合を除く）

- ③ 意思表示の擬制
 - ④ 給付内容等の一方的な決定ないし変更
 - ⑤ 消費者の権利行使を制限する条項
 - ⑥ 消費者の同時履行の抗弁権等を排除する条項（消費者に不相当な先履行を求める条項）
 - ⑦ 消費者の法定解除権（取消権、解約権）を制限する条項
 - ⑧ 消費者の証明責任を加重する条項
 - ⑨ 専属的裁判管轄合意規定
 - ⑩ 脱法条項
- (6) 消費者庁「検討会報告書」において指摘されているその余の不当条項例
- ① 消費者に責任が無い事項についても責任を追わせる条項
 - ② 不当条項が含まれているとしても同意する旨の規定
 - ③ 事業者による自力救済を認める規定
 - ④ 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
 - ⑤ 事業者に不相当な解除権・解約権を付与する条項
- ※「期限前弁済における利息相当額の賠償を求める規定」を日弁連試案は25条で対応。

2 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

(1) ブラックリストに関する立法提言

（不当条項とみなす条項）

第17条 次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項とみなす。

六 当該消費者契約の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。ただし、これらを合算した額が、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い、当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超えない部分を除く。

七 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日（支払回数
が二以上である場合には、それぞれの支払期日。以下この号において同じ。）までに支
払わない場合における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、支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について、その日
数に応じ、当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支
払われた額を控除した額に民法が定める法定利率の2倍の割合を乗じて計算した額を超
えるものについて、当該超える部分。

八 契約の解釈、事業者の消費者に対する権利の発生若しくは行使の要件に関する判断、
又は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について事業
者のみが行うものとする条項

九 法令に基づく消費者の解除権を認めない条項

十〇 事業者が消費者に対して役務の提供を約する契約において、当該消費者の事前の同意
なく、事業者が第三者に当該契約上の地位を承継させることができるものとする条項

十一 事業者が契約上、消費者に対して有する債権を第三者に譲渡する場合に、消費者があ
らかじめ異議を留めない承諾をするものとする条項

十二 事業者が任意に債務を履行しないことを許容する条項

十三 民法その他の法令の規定により無効とされることがない限りという旨の文言を付加
して、最大限に事業者の権利を拡張し又は事業者の義務を減免することを定める条項

(2) グレーリストに関する立法提言

(不当条項と推定する条項)

第18条 次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項と推定する。

- 一 消費者の一定の作為又は不作為により、消費者の意思表示がなされたもの又はなされなかったものとみなす条項
- 二 一定の事実があるときは、事業者の意思表示が消費者に到達したものとみなす条項
- 三 事業者に対し、契約上の給付内容又は契約条件を一方的に決定又は変更する権限を付与する条項
- 四 消費者が事業者からの一方的な追加担保要求に応じなければならないとする条項
- 五 事業者の保証人に対する担保保存義務を免除する条項
- 六 消費者の利益のために定められた期限の利益を喪失させる事由（民法第137条各号に掲げる事由その他消費者に信用不安が生じたと客観的に認められるような事由を除く。）を定めた条項
- 七 事業者の消費者に対する消費者契約上の債務その他法令上の責任を制限する条項（第17条第1号から第5号までの規定に該当する条項を除く）
- 八 事業者が契約の締結又は債務の履行のために使用する第三者の行為について事業者の責任を制限し又は免除する条項（第17条第1号から第5号までの規定に該当する条項を除く）。
- 九 消費者の権利行使又は意思表示について、事業者の同意、対価の支払、その他要式又は要件を付加する条項
- 十 消費者契約が終了した場合における事業者の消費者に対する原状回復義務又は清算義務を減免する条項
- 十一 消費者に債務不履行があった場合に、事業者に通常生ずべき損害の金額を超える損害賠償の予定又は違約金を定める条項
- 十二 民法第295条、第505条又は第533条に基づく消費者の権利を制限する条項。ただし、民法その他の法令の規定により制限される場合を除く。
- 十三 法令に基づく消費者の解除権を制限する条項
- 十四 期間の定めのない継続的な消費者契約において、事業者に対し、解約申し入れにより直ちに消費者契約を終了させる権限を付与する条項
- 十五 事業者の証明責任を軽減し、又は消費者の証明責任を加重する条項
- 十六 管轄裁判所を事業者の住所地又は営業所所在地に限定する条項、法律上の管轄と異なる裁判所を専属管轄とする条項その他消費者の裁判を受ける権利を制限する条項
- 十七 他の法形式を利用して、この法律又は公の秩序若しくは善良の風俗に関する法令の規定の適用を回避する条項（不当条項使用行為と損害賠償義務）

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 日弁連試案第17条のような各号に該当する契約条項を「不当条項と見なす」としたうえで具体的なリストを列挙する規定（ブラックリスト）の新設を提案する。
- (b) 日弁連試案第18条のような各号に該当する契約条項を「不当条項と推定する」（＝事業者の反証を許す）としたうえで具体的なリストを列挙する規定（グレーリスト）の新設を提案する。
- (c) 日弁連試案の策定後に公表された消費者庁「検討会報告書」64頁で列挙されているような不当条項リストの新設に賛成する。

第3 効果、損害賠償請求権

1 不当条項の効果（新設）

具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（不当条項の効果）

第19条 不当条項に該当する消費者契約の条項は、当該条項全体を無効とする。ただし、この法律その他の法令に特別の定めがある場合又は当該条項全体を無効とすることが消費者の利益に反することになる場合は、この限りではない。

2 前項の場合においても、当該消費者契約の他の条項は効力を妨げられない。ただし、当該条項が無効であったときには消費者が当該消費者契約を締結しなかったものと認められる場合、当該消費者契約は無効となる。

【 提言内容に関する説明 】

不当条項に該当する契約条項は原則として当該条項全部が無効となること、他の契約条項には原則として影響がないことを規定することを提案する。

2 不当条項使用行為と損害賠償請求権

具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（不当条項使用行為と損害賠償義務）

第20条 事業者が、不当条項を含む消費者契約の申込み若しくはその承諾の意思表示を行ったことによって消費者の権利又は利益を侵害した場合には、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者が故意又は過失がない場合は、この限りでない。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 事業者の不当条項使用行為を受けて損害を被った場合の消費者の損害賠償請求権の新設を提案する。
- (b) 例えば、不当条項が有効であることを前提として、消費者が当該条項を履行するための費用（交通費等）を出捐していたような場合などでは、当該条項の効力を否定するだけでは、消費者に生じた損害を回復することができない。

第三章 消費者契約の特則等に関するその余の法規範

1 消費者契約約款（新設）

具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（消費者契約約款）

- 第13条 この法律において、「消費者契約約款」とは、名称や形態のいかんを問わず、事業者が多数の消費者契約に用いるためにあらかじめ定式化した契約条項の総体をいう。
- 2 消費者契約約款は、事業者が契約締結時までに消費者にその消費者契約約款を提示して（以下「開示」という。）、当事者の双方がその消費者契約約款を当該消費者契約に用いることに合意したときは、当該消費者契約の内容となる。
- 3 消費者契約の性質上、契約締結時までに消費者契約約款を開示することが著しく困難な場合において、事業者が、消費者に対し契約締結時に消費者契約約款を用いる旨の表示をし、かつ、契約締結時までに、消費者契約約款を消費者が知ることができる状態に置いたときは、当該消費者契約約款は当該契約締結時に開示されたものとみなす。
- 4 消費者契約の類型及び交渉の経緯等に照らし、消費者にとって予測することができない消費者契約約款の条項は契約の内容とならない。
- 5 消費者契約約款が第2項又は第3項の規定によって消費者契約の内容となっている場合において、次の各号に掲げる要件の全てを満たす場合には、事業者は、消費者の個別の同意を得ることなく、契約内容の変更をすることができる。
- 一 当該消費者契約約款の内容を画一的に変更すべき合理的な必要性があること。
 - 二 当該消費者契約約款を使用した消費者契約が現に多数あり、全ての消費者から契約内容の変更についての同意を得ることが著しく困難であること。
 - 三 第一号の必要性に照らして、当該消費者契約約款の変更の内容が合理的であり、かつ、変更の範囲及び程度が相当なものであること。
 - 四 当該消費者契約約款の変更の内容が消費者に不利益なものである場合にあっては、その不利益の程度に応じて適切な措置が講じられていること。
- 6 前項の消費者契約約款の変更は、事業者が、消費者に対し、約款を変更する旨及び変更後の約款の内容を約款変更時までに提示することにより、効力を生ずるものとする。ただし、契約の性質上、変更後の約款を提示することが困難な場合にあっては、事業者が、消費者において、変更後の約款を容易に知ることができる状態に置き、かつ、変更後の約款を知るための方法を消費者に通知することにより、効力を生ずるものとする。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) もし仮に改正民法で約款に関する法規範（定義、組入要件、不意打ち条項禁止、不当条項規制、約款変更）が制定されなかった場合や、消費者契約約款に関する法規範としては不十分な内容となった場合には、消費者契約法での約款規定の新設を提案する。
- (b) 具体的には、日弁連試案第18条のような規定の新設を提案する。

2 複数契約の無効・取消・解除（新設）

（一）現行法の問題点

- (1) 現代社会においては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、かかる複数契約が結合した取引形態の増加に伴って、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。
- (2) 最判平成8年11月12日民集50巻10号2673頁は、同一当事者間の複数契約の事案について、「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2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、甲契約及び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達成されないと認められる場合」には、甲契約の債務不履行を理由に甲契約と併せて乙契約をも解除できると判示している。
- (3) 前述のような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と考えられる。

（二）具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（複数契約の取消し、無効及び解除）

第22条 一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が存在するだけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の取消原因又は無効原因に基づき、複数の消費者契約全部の取消し又は無効を主張することができる。

2 一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が履行されただけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の解除原因に基づき、複数の消費者契約全部の解除を主張することができる。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 複数契約の取消・無効・解除に関する規定の新設を提案する。
- (b) 第1項は複数契約の取消・無効に関する立法提案、第2項は複数契約の解除に関する立法提案である。
- (c) 同一当事者間の複数契約の解除等の事案だけでなく、複数当事者間の複数契約の解除等の事案も視野に入れている。この点、今般の立法提案では、平成8年最判が判示している「①各契約の目的とするところが相互に密接に関連付けられており」「②社会通念上、一部の契約のみでは契約を締結した目的が全体として達成されないと認められる場合であること」という要件を基礎としつつ、複数当事者間の複数契約の事案にも対応できる法規範とすべく、上記①②の要件が客観的に存在することに加えて、「③上記①②について各契約の相手方事業者が知っていた」という主観的要件を付加している。複数当事者間の場合には取消原因、無効原因や解除原因が存在しない別契約の相手方事業者の利益を考慮する必要があるからである。

3 継続的契約の中途解約権（新設）

(一) 現行法の問題点

- (1) 継続的契約の場合、契約期間が長期間となり、消費者契約では対価が高額になることも多い。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。また、継続的役務提供契約の場合には、役務の内容を事前に把握することが困難という事情もある。消費者に契約離脱できる権利を認める必要性は高い。
- (2) 民法上の準委任契約と性質決定できる消費者契約であれば、原則として民法第651条及び第656条の中途解約権が存するといえる。しかし、非典型契約である継続的契約や継続的物品販売契約では、中途解約権を認めた明文規定が存在しないことから、中途解約権の存否が争いとなる。

(二) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（継続的契約の中途解約権）

第23条 消費者は、次の各号に該当する消費者契約を、事業者に対し相当な期間を定めて通知することによって、将来に向かって解約することができる。

一 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供し、消費者がこれを受領する契約

二 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供する権利を販売し、消費者が当該権利を購入する契約

三 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して物品等を販売し、消費者が当該物品等を購入する契約

四 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり物品を賃貸し、消費者が当該物品を借り受ける契約

2 事業者は、前項の規定による中途解除がされた場合、消費者に対し、名目を問わず、解約手続に必要な事務手数料及び契約期間1か月分の対価（当該消費者契約の性格に照らして合理的と考えられる最小区分の契約期間が1か月未満の場合には、その最小区分の契約期間の対価とする）を上回る金銭の支払を請求することはできない。

3 第1項に規定する中途解約権を認めない消費者契約の条項は不当条項とみなす。

4 第1項に規定する中途解約権を制限する消費者契約の条項及び中途解約時に第2項に規定する金額を上回る金銭の支払を定める消費者契約の条項は、不当条項と推定する。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 継続的契約関係の中途解約権に関する規定の新設を提案する。具体的には、継続的契約における消費者の中途解約権の付与規定、損害賠償金の制限規定、特約条項の効力制限規定の新設を提案する。
- (b) 今般の立法提案の第1項では、継続的契約の類型を、①継続的役務提供契約、②継続的権利販売契約、③継続的物品販売契約、④賃貸借契約としている。②は①の契約の法律構成を変えることによる脱法防止の観点、③④は長期間の新聞購読契約等の中途解約トラブルが問題となっていることを踏まえたものである。
- (c) 継続的契約の規定ぶりについては、具体的な契約期間を入れない抽象的な規定とする考え方もありえる。しかし、今般の立法提案（第1項）では、特商法のような使い勝手のよい具体的な法規範を望む相談現場の声や消費者への分かり易さを考慮して、特商法の規定を参考に、「2か月以上の期間の上記①～④の契約」という提案内容としている。

- (d) 第2項では、もし消費者が中途解約権を行使した場合に事業者に対して未到来分の契約期間の対価相当額といった高額の損害賠償金を支払わねばならないのであれば中途解約の意味がないので、特商法の規定を参考に、事務手数料と一定の対価を越えた金員の請求はできないという規定内容を提案している。「一定の対価」の規定ぶりについては、具体的な契約期間等を入れない抽象的な規定内容とする考え方もありえる。しかし、今般の立法提案（第2項）では、相談現場の声や消費者への分かり易さを考慮して、「1か月分」「最小区分の契約期間の対価」という提案内容としている。
- (e) 第3項・第4項では、消費者の中途解約権を排除・制限する規定に不当条項規定が及ぶことを明確にしている。

4 消費貸借の特則①：目的物交付前解除権行使時の免責（新設）

(一) 現行法の問題点

- (1) 法制審議会の民法改正論議では、借主は目的物を受け取るまで諾成的消費貸借契約を解除できるとしつつ、その場合に貸主は借主に損害賠償請求できることを明文化する議論がなされている。
- (2) しかし、上記の損害賠償規定は解約権行使に大きな制約となるうえに、悪質な業者による借主への約定利息金の賠償請求といった濫用を招来するおそれがある。
- (3) 立場の弱い借主を貸主の高利收受から保護する視点から、借主が目的物を必要となくなった場合、契約から可能な限り容易に離脱できるようにすべきである。少なくとも消費者を借主、事業者を貸主とする消費貸借契約については、借主が目的物交付前に経済的負担無く契約解除できる旨の明文規定を設けるべきである。

(二) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（目的物交付前解除権）

第24条 消費貸借契約の貸主が事業者であり、借主が消費者である場合には、借主は、消費貸借の目的物の交付を受けるまでは、契約の解除をすることができる。

2 貸主は、前項の規定による解除がなされた場合、消費者である借主に対し、これに基づく損害賠償請求をすることができない。

3 前2項の規定に反する消費者契約の条項は不当条項と推定する。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 目的物交付前解除時の消費者の免責規定の新設を提案する。
- (b) 今般の立法提案では、第2項で免責規定を定め、第3項で損害賠償を認める契約条項は不当条項と推定する旨の規定（事業者が反証した場合には当該条項が有効となる余地を残した規定。相当額の事務手数料などを想定）を提案している。

5 消費貸借の特則②：期限前弁済時の免責（新設）

（一）現行法の問題点

- (1) 法制審議会の民法改正論議では、契約期間の定めのある消費貸借において借主は期限前弁済できるとしつつ、その場合に貸主は借主に損害賠償請求できることを明文化する議論がなされている。
- (2) しかし、貸主は期限前弁済された金銭を用いて、別の顧客に同様の条件で貸付けを行うことが通常である。期限前弁済で貸主に損害が生じるかどうかや損害の額は必ずしも自明ではない。また、悪質な業者による借主への約定利息金の賠償請求といった濫用を招来するおそれがある。
- (3) 立場の弱い借主を貸主の高利收受から保護する視点から、少なくとも消費者を借主、事業者を貸主とする消費貸借契約については、借主が経済的負担無く期限前弁済できる旨の明文規定を設けるべきである。

（二）具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（期限前弁済）

第25条 貸主が事業者で借主が消費者である消費貸借契約においては、当事者が返還の時期を定めた場合であっても、借主はいつでも返還をすることができる。

2 前項の規定により、借主から返還時期の前に返還がなされた場合であっても、貸主は借主に対し、これに基づく損害賠償請求をすることができない。

3 前2項の規定に反する消費者契約の条項は不当条項と推定する。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 期限前弁済時の消費者の免責規定の新設を提案する。
- (b) 今般の立法提案では、第2項で免責規定を定め、第3項で損害賠償を認める契約条項は不当条項と推定する旨の規定を提案している。

6 消費貸借の特則③：抗弁接続（新設）

（一）現行法の問題点

- (1) 現代の消費者契約では、商品等の供給業者と与信業者の業務提携で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。
- (2) このような事案において、消費者が供給業者に対して消費者取消権を主張できる場合でも、経済的・実質的に供給業者と一体の与信業者が消費者に何ら制約無く与信契約の債務履行を請求できるというのは不合理な結論である。特に供給業者の倒産が発生した場合に消費者に極めて酷な事態を引き起こす。事業者と消費者の情報・交渉力格差の考慮や消費者の保護の観点からは、消費者契約の分野において割賦販売法第30条の4のような抗弁接続規定を一般的に設ける必要性は高い。
- (3) この点、最判平成2年2月20日集民第159号151頁は、購入者・販売業者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で、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弁済を拒むことができると判示している。

(二) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

(抗弁権の接続)

第26条 消費者が事業者との間で有償の契約を締結するに伴い、当該消費者がその対価の全部又は一部の支払いに充てるため、当該事業者とは異なる事業者（以下「貸主」という。）との間で金銭消費貸借契約を締結する場合であって、当該有償契約と当該金銭消費貸借契約の目的及び締結の過程に牽連性が認められるときは、当該消費者は、当該有償契約において事業者に対して生じている事由をもって貸主に対する債務の弁済を拒むことができる。

2 前項の規定に反する特約は無効とする。

3 前2項の規定は、金銭消費貸借契約と実質的に同一の機能を有する与信契約に準用する。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 抗弁権の接続規定の新設を提案する。
- (b) 今般の立法提案では、第1項で商品等の供給業者の商品販売契約等と与信業者の与信契約との間に目的及び契約締結過程における牽連性が認められるなど両契約の間に密接な取引関係（提携関係）が認められる場合に抗弁接続を認める条項の立法提案を行っている。
- (c) また、第2項で第1項を特約で排除できないこと、第3項で他の与信契約への準用を提案している。

7 貸借の特則（新設）

(一) 現行法の問題点

- (1) 判例法理においては、賃借人は通常損耗・自然損耗について、原則として原状回復義務を負わないとされている。しかし、実務では、特約により通常損耗・自然損耗が賃借人の負担とされている事案や賃借人の原状回復義務が加重されている場合に関するトラブル事例は多い。
- (2) そこで、少なくとも賃貸人が事業者、賃借人が消費者である場合の賃貸借契約においては、賃借人を保護するため、通常損耗・自然損耗が賃借人の負担とされている特約は強行法規違反として無効であることを明文化すべきである。

(二) 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

(賃貸借契約における原状回復義務を加重する条項の無効)

第27条 賃借人が消費者で賃貸人が事業者である賃貸借契約において、賃貸借契約の終了に伴う目的物の返還に際して、自然損耗又は通常損耗によって目的物に生じた変化について消費者に補修義務又は補修費用を負わせる契約条項は、無効とする。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 賃貸借契約における原状回復義務を加重する契約条項を無効とする規定の新設を提案する。
- (b) 今回の立法提案では、具体的に、自然損耗または通常損耗によって生じた変化について補修義務や補修費用を追わせる契約条項を無効とする条項を提案している。
- (c) 本規定については不当条項リストの1つとして位置づける対応もありえる。

第IV章 定義・適用範囲（2条）

1 現行法の問題点

- (一) 2条1項の「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。）」という除外規定は法適用の限界が不明瞭であり、本法の保護を及ぼして然るべき「個人」まで除外するという問題がある。
- (二) 2条2項では「法人その他の団体」を「事業者」として「消費者」から除外していることから、大学生のスポーツクラブチーム、同窓会、PTA、マンション管理組合など営業活動の素人である個人が集まっただけの団体も「事業者」として一律に「消費者」から除外されるようにも解される。
- (三) 本法の保護を及ぼして然るべき「消費者」に対して適正に本法の適用がなされるよう、消費者概念や準用規定（類推適用）の在り方を検討する必要がある。

2 具体的な問題事例（消費者庁「検討会報告書」3～6頁より）

- (1) 個人の消費者性が問題となる事案
 - 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」となる場合
 - ③ 形式的には事業者だが事業の実体がないもの
- (2) 法人その他の団体の消費者性が問題とあなる事案
 - ④ 実質的には消費者の集まりであるもの
- (3) 個人・法人を通じて消費者性が問題となる事案
 - ⑤ 相手方と事業者との間に消費者契約に準ずるほどの格差がある事案
 - ⑥ その他
 - ア 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
 - イ その他

3 具体的な立法提言：「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」より

（定義）

第2条 この法律において「消費者」とは、個人（事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人を除く。）をいう。

2 この法律（第43条第2項第2号を除く。）において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人をいう。

3 この法律において「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をいう。
（事業者間契約への準用）

第29条 事業者間の契約であっても、事業の規模、事業の内容と契約の目的との関連性、契約締結の経緯その他の事情から判断して、一方の事業者の情報の質及び量並びに交渉力が実質的に消費者と同程度である場合には、当該契約においては当該事業者を第2条第1項の消費者とみなし、この法律の規定を準用する。

【 提言内容に関する説明 】

- (a) 現行法2条1項の「事業として又は事業のために」を「事業に直接関連する取引をするために」と改正することを提案する（問題事例⑥アへの対応）。
- (b) 日弁連試案第29条のような「消費者的事業者」への準用規定を新設することを提案する（問題事例④⑤への対応）。

【 補足説明 】

- (a) 問題事案②は、実務的に非常に多く存在する問題事例であるが、現行法2条1項の逐条解説やガイドラインにおいて、「不当勧誘行為がなされた時点で消費者であれば、当該行為に基づいて締結した契約によって事業者となっても、2条の『消費者』として法的保護が及ぶ」と明示すれば対処できると思われる（①③も同様）。
- (b) 問題事例④は、東京地判平成23年11月17日判時2150号49頁の解釈論を逐条解説やガイドラインで明示して対処することも考えられる。しかし、文理から読み取るのは難しい解釈になるので、立法で明確にした方が望ましいと考える。
- (c) 問題事例⑤は、個別事案における「消費者契約法の類推適用」という解釈論を逐条解説やガイドラインで明示して対処することも考えられる。しかし、文理から読み取るのは難しい解釈になるので、今般の日弁連提案第29条のように「少なくともこのような要件をみたす場合には準用される」ということを立法で明確にした方が望ましいと考える。

第V章 実務法曹としての立場からの補足意見

- 1 立法事実の存在
- 2 民事ルール（民事実体法規）の役割と、刑罰法規・行政法規との関係
- 3 民法（債権関係）改正との関係

以上

【目次】

第I章 契約締結過程に関する法規範（3条～7条）

第1 消費者取消権

- 1 誤認取消（4条1項、2項、4項）・・・・・・・・・・ 1～3頁
- 2 困惑取消（4条3項）・・・・・・・・・・ 4頁
- 3 つけ込み型不当勧誘取消・・・・・・・・・・ 4頁
- 4～6 行使期間、取消の効果等（7条など）・・・・・・・・・・ 5～6頁

第2 損害賠償請求権

- 1 不当勧誘行為に関する損害賠償請求権（総論、一般規定）・・・・・・・・ 7頁
- 2 誤認・困惑・つけ込み型・・・・・・・・・・ 7頁
- 3 情報提供義務違反・説明義務違反（3条1項）・・・・・・・・・・ 8頁
- 4 不招請勧誘・再勧誘・・・・・・・・・・ 9頁
- 5 適合性違反・・・・・・・・・・ 10頁

第3 消費者公序規定・・・・・・・・・・ 10～11頁

第4 契約条項の透明性（3条1項）・・・・・・・・・・ 12頁

第II章 契約内容に関する法規範（8条～10条）

第1 現行法の修正（8条～10条）・・・・・・・・・・ 12～14頁

第2 新たな不当条項リスト・・・・・・・・・・ 14～16頁

第3 効果、損害賠償請求権・・・・・・・・・・ 17頁

第III章 消費者契約の特則等に関するその余の法規範

1 消費者契約約款・・・・・・・・・・ 18頁

2 複数契約の無効・取消・解除・・・・・・・・・・ 19頁

3 継続的契約の中途解約権・・・・・・・・・・ 20～21頁

4 消費貸借の特則①（目的物交付前解除権行使時の免責）・・・・・・・・ 21頁

5 消費貸借の特則②（期限前弁済時の免責）・・・・・・・・・・ 22頁

6 消費貸借の特則②（抗弁接続）・・・・・・・・・・ 22～23頁

7 賃貸借の特則・・・・・・・・・・ 23頁

第IV章 定義・適用範囲（2条）・・・・・・・・・・ 24～25頁

第V章 実務法曹の立場からの意見・・・・・・・・・・ 25頁

1 立法事実の存在

2 民事ルール（民事実体法規）の役割と、刑罰法規・行政法規との関係

3 民法（債権関係）改正との関係

【一件書類】

資料5-1-1 「消費者契約法（実体法部分）に関する論点と法改正の方向」

資料5-1-2 現行法と消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）との対比表（図式）

資料5-1-3 現行法と消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）との条文対照表

資料5-1-4 司法研修所編「現代型民事紛争に関する実証的研究－現代型紛争(1)消費者紛争」（抜粋）

資料5-1-5 内閣府「平成20年度・国民生活白書」（抜粋）

資料5-2 消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）