

第6回消費者契約法専門調査会で出された主な御意見の概要

◎ 民法（債権関係）の改正について

- ・ 定型約款の定義について、基本的に付随条項を念頭に置いているという理解でよいか。また、定型約款の変更についても、基本的に付随条項の変更を念頭に置いているという理解でよいか。
 - ⇒・ 解釈に委ねられている部分であるが、基本的に、付随的かどうかという区別を持ち込んで定義しているわけではなく、変更についても、付随的かどうかを直接の基準としては持ち込んでいない。
- ・ 定型約款の「相手方の利益を一方的に害すると認められるものについては、合意をしなかったものとみなす」という規定について、消費者契約法第10条に基づく無効主張に対して、同規定によりそもそも契約内容になっていないというような反論を定型約款の準備者に認めるような規定内容ではないとの理解でよいか。
 - ⇒・ 定型約款の不当条項の排除ルールと第10条の適用関係は選択的なものであり、第10条に該当するという主張に対して、そもそも契約内容となっていないという形で否定することにはならないと理解している。
- ・ 暴利行為についての論点が検討過程で落ちた理由をお伺いしたい。
 - ⇒・ 暴利行為に関する明文規定は、幾つかの異論がある中で、適切な言葉を選んで明文化を図る方向での合意形成が困難であると考えられたため、盛り込まれなかったと思われる。
- ・ 定型約款の定義について、特定多数の場合の定型約款というものは想定されなかったのか。
 - ⇒・ 相手方の個性が問題とならない取引を言い表す趣旨で「不特定多数」という言葉を使用している。個性が問題となる取引は定型取引に当たらず、定型約款の対象にはならないと考える。
- ・ 定型約款の定義に関し、要綱では、これまで約款と呼ばれてきたもののうちの一部が規定されている。本要綱の定型約款に当たらないものは、今後も解釈に委ねられるという理解でよいか。
 - ⇒・ 要綱の定型約款の定義から外れる部分については、これまでの解釈論について何らかのメッセージを発しているわけではなく、さらなる解釈論の発展に委ねられることになる。

◎ 後藤準委員からのプレゼンテーションに関して

- ・ 今回の改正は、例えば第10条の不当条項規制の一般条項など、現行法の要件が非常に曖昧になっているところを明確にしていくことが主な目的なのではないか。その観点からは、むしろ現在の方が要件が曖昧で、中小の企業にとっては対応が難しい状況になっているのではないか。
 - ⇒・ 実際に法律の改正が行われたときに、事務手続がどのようになるのか具体的な

内容が明らかにならないと答えにくい、いろいろな手続がふえたり、煩雑になったりするという事は避けていただきたい。

- ・ 「グレーリスト」という表現は誤解を呼ぶため使わないほうがよいと思うが、これまで示された「グレーリスト」とは、基本的には無効であるが、合理的・正当な理由があるものであればそれは無効にはしないという、いわばただし書きがついているようなものである。そのような内容でも曖昧と思われるか。
⇒・ その条件がどういうものになるか、具体的に示されないと、事業者の方はなかなか理解できない。現場の事業者にとっては、具体的にどういうところが救済できて、どういうところが救済できないのかが一番肝心である。
- ・ 消費者概念の拡張という論点は、一般消費者と同視できるような団体や小規模事業者については、一定の要件のもとで消費者と同様に保護しようという提案だが、全国商工会連合会の会内において賛成という意見はなかったのか。
⇒・ あるときは消費者と事業者、あるときは事業者と事業者という使い分けは、事業を行っていく上では難しいのが実態。その兼ね合いを十分見据えた検討が必要であり、現時点ですぐに賛成できる状況にはない。
- ・ 今回の報告から、現在の小規模事業者の対応の仕方というのは、まさしく商いの中での正しいやり方であり、そのようなやり方であれば、消費者契約法に反するようなことは全然ないのではないかと思われる。そういう中で改正の影響を懸念されるという事は考えにくいことだと感じる。
- ・ 消費生活センターには小規模事業者からの相談はたくさん入っており、あっせんはできないと伝えているが、助言というのは常に行っている。
- ・ 例えば、消費者契約法の特定の条項については、中小企業を適用除外にするというように、大企業と中小企業を分けるという事はあり得ると考えるか。
⇒・ 可能性としては、あり得る。
- ・ 異なったルールの適用もあり得るということについて、同じ説明をされて契約をした場合でも、大規模事業者と中小・小規模事業者とで適用されるルールが異なり、大規模店であれば契約を取り消して代金を返してもらえ、小規模事業者の場合には取消しができないというルールになった場合には、消費者の志向として、何か問題があったら契約がキャンセルできるように、小さなお店を避けて大規模店に行くということになってしまい、むしろマイナスではないかと思う。
- ・ 例えば、景品表示法への課徴金制度導入の際にも、制度の内容が難しいという点と実際に問題が生じた時にどこに相談に行けばいいかという点の2つの問題があると思うが、相談窓口をどこかに設置して欲しいと要望するなどの具体的な動きはあるのか。
⇒・ 法律改正が行われる都度、国として、事業者側に対しても改正内容のPR、周知も必要ではないかと考えている。また相談窓口については、もう少し拠点を細かく作る必要があるのではないかというお話をさせていただいている。
- ・ 小規模事業者のイメージとして、いわゆる古き良き地域の企業というのが念頭に置

かれているように思うが、インターネットの発達等でインターネット取引を行う個人事業者等、いろいろな事業者が増えていることは念頭に置いた方がいいのではないかと。
⇒・ 規模概念というのはどこまでいっても存在するものであり、インターネット取引だから別という話ではなく、小規模事業者は、一定の規模より小さいということから派生するいろいろな問題を抱えている。

◎ 河野康子委員からのプレゼンテーションに関して

- ・ 2002年に内閣府が実施された意識調査と対比しているところがあるが、男女比や年代等、回答者の属性には偏りがあると思われる。今後、仮に立法事実の観点で不満が多いということをはる資料として使う場合には、有意性についての検証が必要になるとと思われる。
- ・ 予めモニターとして登録している人を対象に意識調査を行ったのであるならば、契約に対する意識が比較的高い人に対して調査を実施したことになると思う。そういう方から見ても契約書の内容が分かりづらいという回答が多いことは参考になる。また、契約内容を事業者が一方的に変更・決定できる条項が使われているということも2割くらいの方が記憶していたということも非常に参考になる。

以 上