

消費者契約法専門調査会における「優先的に検討すべき論点」に関する意見

2017年4月14日

一般社団法人 新経済連盟

第1 合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させる類型

【意見】

<全体>

- ・立法事実の確認が不十分である。現行法でのアプローチではなぜ限界があるのかについても明らかになっていない。

議論の対象となる事案に対する着眼点が変遷しており、多く発生していて救済すべき類型がどのようなものなのか明確でない。対応する類型を明確にし、そこからはみ出ることがないように要件を設定する必要があるが、そこまで至っていない。

- ・これまでの判例のとおり、個々の事案ごとに「公序良俗違反」を見ていくべきと考える。
- ・取消という大きな民事効を持たせるのであるから、詐欺・強迫、不退去・監禁に準ずるものを対象とすべきであり、「嫌われたくなくて」「断りにくくて」「気が引けて」という、個々に異なる消費者の性格にも大きく起因するような理由による取消を認めるべきでない。
- ・要件が不明確であり事業活動への影響は計り知れない。

<3号①案および②案>

- ・特商法で対応すべき。特商法で対応できず消費者契約法で対応すべき類型とはどのようなものか不明確である。
- ・「接近」が不明確であり、物理的に近づくだけで当てはまってしまう可能性もあることから、要件として不適切。
- ・「殊更に」が、具体的にどのような場合を対象としているのか不明確であり、要件として不適切。
- ・「消費者に生じ得る損害又は危険」は、具体的に何の損害又は危険であるのか不明確であり、あらゆるリスク説明が入ってしまう可能性があることから、要件として不適切である。
- ・改正法第4条5項3号「消費者契約の目的となるものが当該消費者の生命、身体、財産その他の重要な利益についての損害又は危険を回避するために通常必要であると判断される事情」の不実告知で対応すべき。対応できないような「損害又は危険を殊更に告げる」ということがあるのか疑問。

<4号案>

- ・「密接な関係」の定義が不明確であり、客観的に判断できず一方的な恋愛感情や事業者と

顧客の良好な関係も入ってしまう可能性があることから、要件として不適切。

- ・「必要であると思わせるような言動」の範囲が広すぎる。
- ・事業者が、消費者に契約をしてもらうために良好な関係を築こうとすることは当然の行動であり、契約すれば当該関係を継続できると消費者に思ってもらうことは悪ではない。
- ・デート商法の相談事例が紹介されたが、肝心の「密接な関係」「必要であると思わせるような行動」とそれ以外の線引きを検討できるような情報が事例紹介において無い。
- ・恋愛感情を持っていることをもって合理的な判断ができない状況とするのは行き過ぎである。

第2 不当条項の類型の追加

1. 消費者の後見等の開始を解除事由とする条項

【意見】

- ・当該消費者にとって後見等の開始後当該消費者契約を継続することが不利益になり得る場合に、不利益を回避するために事業者側からの解除を認めるべきものがないか慎重に確認すべきである。
- ・たとえばリスクを伴う金融取引で時間的余裕がない場合や、後見開始の事実を知ったことによって後見開始前の意思表示時に合理的な判断をすることができない事情があったと推測される場合等、一律に無効と言えるか疑問である。例外なく無効と言えるような要件設定をしない限り、一律無効とはすべきでない。

2. 解釈権限付与条項

【意見】

- ・多数の消費者が関わるサービスを提供するに際し、ある消費者の行為が他の消費者の利益を害する可能性がある場合に、当該行為を行っているあるいは行う可能性が高い消費者を排除するために条項の解釈や当事者の権利・義務の発生要件該当性の決定を事業者側が行うことは、当該サービスの安全性や健全性を保つために必要不可欠である。一律に無効とすべき事情はまったく見当たらない。
- ・たとえば事業者が CtoC マーケットプレイスの健全性が保たれるように管理しようとしているにも関わらず、よからぬ行為を行う消費者をマーケットプレイスから速やかに排除するための利用規約が無効とされるのであれば、管理が困難になってしまう。
- ・解釈権限を事業者に付与する必要がないほど細かく列挙することは不可能である。

3. サルベージ条項

【意見】

- ・これまでのところ立法事実が全く見当たらない

- ・グローバルにサービス展開を行う事業者にとっては、法令改正に利用規約の改定が追いつかない場合や、各国の消費者保護法令の調査が100%完璧とは言い切れない場合がある。そのような場合にサルベージ条項を設けることが必ずしも公序良俗違反とは言えず、立法事実が無いなかで、一律に無効とすべきではない。

4. 軽過失による人身損害の賠償責任を一部免除する条項

【意見】

- ・ある程度の危険を伴うアクティビティや試合観戦等において、事業者側に故意重過失がある場合を除き損害賠償の範囲に制限を設けることは、広く一般に行われている。事業者にとって、事故が起こらないよう十分に気を付けたうえで、万一の場合に備えて損害賠償の上限を設けることによってリスクの上限を設定し、料金設定に反映したり事業の継続可能性を判断すること等もあり得ると思われる。また、リスクに備えて保険に加入し、軽過失による事故が起こった場合には当該保険の保険金額の範囲で賠償できるようにしておくということも考えられる。消費者が危険の引き受けをし、消費者側の一定程度の注意がある前提でサービスの提供を受けることも考えられる。一律に公序良俗に反し無効と言えるか疑問である。

第3 「平均的な損害の額」の立証に関する規律の在り方

【意見】

<①について>

- ・「同種の事業を行う通常の事業者に生ずべき平均的な損害の額」を立証できるが「当該事業者に生ずべき平均的な損害の額」は立証できないというのはどのような場合なのか疑問である。
- ・「同種の事業」の範囲が不明確であり不適切。
- ・「同種の事業を行う通常の事業者」に「同業他社」が含まれるとすれば、事業規模の違いや他の事業経営の状況、参入時期の違い、収益構造やコスト構造の違い等、事業者によって「平均的な損害の額」は異なるものである。同業他社の状況で当該事業者の平均的な損害額を推定するべきではない。

<②について>

- ・裁判所の訴訟指揮に委ねるべきである。

第4 条項使用者不利の原則

【意見】

- ・立法事実がない。
- ・解釈権限付与条項の論点における意見と重なるところがあるが、多数の消費者が関わるサ

ービスを提供するに際し、ある消費者の行為が他の消費者の利益を害する可能性がある場合に、当該行為を行っているあるいは行う可能性が高い消費者を排除するために条項の解釈や当事者の権利・義務の発生要件該当性を判断する必要がある場合、本来は裁判所における判断の際に、解釈を尽くしても確定することができない場合のみに当該原則が適用されるものであるとしても、裁判に至る前に、消費者側に有利に解釈する原則であるとして誤った使われ方をするおそれがある。

第5 「勧誘」要件の在り方

【意見】

- ・不特定多数に向けた広告の中にも勧誘が無いとは言い切れないという判決を受け「判例の蓄積を待つ」という意見の委員が多いようであるが、「勧誘」と「広告」は本来概念や態様を異にするものであり、「勧誘」と「広告」を混同して扱うべきではないと考える。現状では両者が混同し、不特定多数の広告に関して裁判規範としても行為規範としても予見可能性が無い状態である。
- ・「不特定多数に向けた広告」にどんな問題があった場合に、現行法でどのようなアプローチが可能か、限界はどこにあり、取消を認めるべき事案がどのようなものなのかといった検討を今後慎重に行っていく必要があるのではないかと。
- ・取消を認めるべきケースについて委員間でも共通認識が全く得られていないことに留意すべきである。

第6 不利益事実の不告知

【意見】

- ・立法事実の確認が不十分である。
- ・事業活動への影響を考えるにあたり、「故意ではない」と事業者に言われると交渉がストップするような状況において、「重過失ではない」と事業者が主張した場合にどのように交渉が進むことになるのか説明願いたい。

第7 困惑類型の追加

【意見】

- ・「関連する行為」の外延が不明確で広すぎる。これを含めることは対象をあまりに広げるものであり反対。サンプルの配布やお試し利用、試食会、試乗会等、購買意欲を高めるためのマーケティング施策に著しく支障をきたす。
- ・「なんとなく断りにくい」「なんとなく気が引ける」というようなものを対象とすべきでなく、「求められていない物品、役務の提供をしてその支払を迫ること」等、いわゆる「ネガティブオプション」として客観的に判断可能なものを対象とすべきである。但し、飲食店に入店し着席すると運ばれてくる「お通し」等、消費者の一定の行動によって事業者か

ら明確に求められなくても物品や役務提供されることが日常的な場合もあることに留意する必要がある。

第8 配慮義務

【意見】

- ・年齢、消費生活に関する知識、経験、能力等について情報提供する際の参考とすべきことが推奨されることにより、これらの情報を積極的に取得しに行ってもよいものとする事業者が出てくる可能性があるが、事業者によるそれらの情報の取得がかえって消費者にとってリスクとなる場合があることに留意が必要である。
- ・「当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をするよう努めるものとする」については、契約自由の原則に反するものであり、事業者の活動だけでなく消費者の活動も萎縮させることになりかねず、反対である。

おわりに

- ・立法事実の確認が不十分である。
- ・既存の法律でのアプローチのどこに限界があり、なぜ消費者契約法での手当が必要なのか十分に説明されていない論点が多い。
- ・要件が不明確な状態では事業活動への影響を具体的に述べるのが困難である。
- ・消費者契約法を有効に活用し消費者被害を減らすためには、相談現場への支援が不可欠である。
- ・怪しい事業者との怪しい契約に踏み込まないようにするにはどうしたらいいのかという観点での施策がないまま取消や無効を認める範囲を広げることは、かえって契約に踏み込む心理的ハードルを下げってしまうのではないか。

以上