

消費者契約法の見直しについての考え方

2015年1月30日

一般社団法人 日本経済団体連合会

常務理事 阿部 泰久

【総論】

今般の消費者契約法の見直しの議論においては、多岐にわたる論点について、改正の方向性ないし具体的な改正提案が示されているが、まず、そのそれぞれについて、十分な立法事実があるのかを精査し、真に見直しの必要性があるのかを慎重に検討すべきである。その際、平均的な注意を払っていれば防ぐことができたような事例を立法事実とすることは適当ではなく、平均的消費者を基準に検討すべきである。極端な事例を基準に立法がなされれば、日々リソースを費やしてより優れた安全な商品、サービスの開発に取り組む健全な事業者の活動を萎縮させ、社会経済の停滞という形で国民に不利益を与えることになる。悪質な事業者を排除すべきことは当然であるが、大多数の事業者の正当な事業活動をどう守るかということも、国民・消費者を守るためには必要である。あらゆる事業者に過度な負担・萎縮を与える法政策は、経済再生に最優先課題として取り組んでいる現在において、最終的には消費者にとっても不利益をもたらしかねない。

検討にあたっては、中2階に位置する消費者契約法の性質を踏まえ、民法や特別法等との関係を十分に検討すべきである。現在議論されている論点の中には、民法の一般原則等で対処すべきものも多く含まれている。一方で、業法を含む特別法や業界のガイドライン等での対処を検討すべきであり、消費者契約法で一般化することが適切ではないものも多く含まれている。これらの業法等の制定、改正経緯等についても十分に検証、考慮することなく、より広範な範囲で一律に規制をかけることは不適切である。また、景品表示法のような関連法における規律も踏まえ、消費者契約法で対処することの是非を慎重に検討すべき論点もある。

健全な市場が形成され、事業者として消費者に良質なサービスの提供を続けるためには、規制は必要な範囲に絞って明確な形でなされる必要がある。内容や範囲が不明確な曖昧な基準が設けられれば、法適用の外延が不明確になって事業者の予測可能性を害し、取引の安全や簡易迅速さが損なわれたり、紛争の増加

を招いたりすることになる。事業者が過度に予防的な対応をせざるをえなくなることにより不要なコストが生じたり、一方でほとんどの消費者にとって必須といえない情報が提供されたりすることにより、本当に必要な情報がわかりにくくなったりするなどの弊害が生じかねない。

また、規制の網を必要以上に広げることにより、現在多くの消費者に歓迎されている事業・サービスが成り立たなくなったり、既存のビジネスモデルが成り立たなくなったりするおそれもある。これまで享受できていた商品やサービスが市場から失われることは、消費者のためにもならない。

以上を踏まえ、慎重かつ十分な検討を求める。

【各 論】

以下、消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）等で示されている具体的な改正提案や見直しの方向性について、会員企業より寄せられた意見を総論で示した考え方に基づいて整理して示すこととする。

なお、ここに示していない論点であっても、総論で示した考え方のもと、既存の実務を阻害することがないよう慎重な検討を求める。

1. 民法の規律に委ねるべきもの及び民法改正の議論を踏まえるべきもの

(1) 消費者有利解釈規定の新設

(意見)

規定の新設に強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 本論点は、民法改正において強い反対意見もあり、十分な合意が形成されなかったことから取り上げられなかったものである。経済界の主張は、民法改正の中間試案の補足説明にも記載の反対意見と同旨であり、以下に引用する。
- ◆ 将来におけるあらゆる事象を想定して契約条項を作成することは不可能であるから予測不可能なリスクが契約条項の使用者（※事業者）に一方的に負担させられるのは適当ではない。
- ◆ 契約ごとの事情を踏まえて柔軟にされるべき契約解釈が、条項作成者不利の原則の下で硬直的に運用されるおそれがある。

(2) 不当勧誘に関する一般規定の新設

(意見)

規定の新設に強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 既に公序良俗、不法行為の一般原則等で消費者の保護は図られている。
- ◆ 不当勧誘の範囲が必要以上に拡大し、萎縮効果が生じるおそれがある。ビジネスに勧誘はつきものであり、「不当」の類型が明確になっていなければ実務が混乱する。

(3) 第三者対抗力（現行法第4条第5項）

(意見)

善意に加え無過失を要件とすることは、民法改正における提案内容に沿うものであるが、「不当勧誘行為により意思表示をした場合の表意者の帰責性は小さ」いとまで言い切れるのかは慎重に検証すべき。

(4) 追認・法定追認の適用除外規定の新設

(意見)

規定の新設に強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 追認により取引関係を早期に安定化させることも重要であり、また、事業者が契約内容の全部を履行したにもかかわらず取り消しが認められ得るのでは法的安定性を損なうことから、一律に適用除外とすることには反対。また、取引データを長期に保存する負担も大きい。
- ◆ 民法第124条の追認については、民法改正において「取消権を有することを知った後」でなければ追認の効力が生じないものとするのが提案されており、消費者が意図しないまま追認の効力が生じることはなくなるため、追認の適用除外規定を新設する必要はない。

(5) 取消の効果規定

(意見)

不当利得返還の範囲を、一律に現存利益に限ることには反対である。

(理由の要旨)

- ◆ 民法改正要綱仮案においては、「現に利益を受けている限度において、

返還の義務を負う」のは、無効であることについて善意の者と行為の時に意思能力を有しなかった者である。消費者に限って、無効であることについて悪意であっても一律にそのような軽減措置を受けられるとするのは疑問。

- ◆ 消費者が既に相応の利得を得ているような場合にも一律に現存利益の返還で足りるとするのは行き過ぎであり、個別具体的に判断すべき。
- ◆ 商品や役務を費消した後に取消しの主張をするなど機会主義的な行動がなされるおそれがある。

(6) 不当勧誘行為への損害賠償義務

(意見)

不当勧誘行為について損害賠償義務を定めることには強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 民法の不法行為の規定で対応すれば足りるものであり、不当勧誘行為そのものが不法行為を構成し、それによる損害を観念しうるという論理は根拠に乏しい。
- ◆ 過失の立証責任を転換し、事業者が無過失でない限り損害賠償の対象とする厳しい要件を追加することは、個別の事情に応じて丁寧に検証が行われ、蓄積されてきた従前の裁判例等と大きく乖離する。
- ◆ 消費者契約法によって損害賠償の範囲が民法の不法行為とは不整合に広がることになれば、不要な紛争が著しく増加し、その対応コストの増加により一部の商品・役務について現在の価格で提供できないことになりかねない。
- ◆ 金融商品取引法では、不招請勧誘や再勧誘について既に規定されているが、投資家側に損害賠償の権利まで付与されていないこととの整合を検証すべき。

(7) 過大な遅延損害金条項規制の見直し（現行法第9条第2項）

(意見)

年14.6%の上限利率の引き下げについては、慎重に検討すべきである。

(理由の要旨)

- ◆ 民事上の契約においては、遅延損害金の限度額として年14.6%または年14.5%という基準が一種の慣習として定着しており、一般的に許容され

る限度として受け入れられている。年 14.6%という基準は、実際の取引を混乱させるおそれのないものであって、妥当性のある利率である。

- ◆ 民法改正要綱仮案においては、法定利率の引き下げが提案されているが、本項の上限利率はそちらの議論と自動的に連動する問題ではなく、引き下げを検討するならば合理的な根拠が示されるべき。
- ◆ 仮に引き下げるとしても、具体的に何%が合理的かは、立法事実も踏まえた慎重な検討が必要。

(8) 不当条項使用行為への損害賠償義務についての規定の新設

(意見)

不法行為の一般条項により対応可能であり、新設に反対である。

(9) 消費者公序規定の新設

(意見)

民法の一般規定に加えて規定する必要はなく、規定の新設に反対である。

(10) 消費者契約約款に関する規定の新設

(意見)

規定の新設に強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 民法改正で約款に関する規定の導入が検討されており、そちらでの議論に委ねるべき。
- ◆ 仮に民法に約款に関する規律が設けられた場合、約款を規律する法規範がないことによる問題は解決する。当面は、その効果を検証すべきであり、約款規制は今回の消費者契約法の見直しの対象とすべきでない。

(11) 複数契約の取消・無効・解除についての規定の新設

(意見)

規定の新設に強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 1つの契約の解除の効果を他の契約に及ぼすかどうかは、契約締結の趣旨や代替品の調達可能性など様々な考慮要素を総合的に判断する必要がある。

- ◆ 契約はそれぞれ独立していることが通例であり、このような規律が入ると、ほとんどの契約にその旨明記する等の対応が求められることにならないか懸念される。
- ◆ 本論点は、民法改正の議論の中で、中間試案に対するパブリックコメントにおいて懸念が示されたこと等から見直しが見送られた論点であり、その経緯も尊重すべき。
- ◆ 仮に当該規律の必要性があるとしても、一方当事者のみが援用できる規律とすることが適当か、慎重に検討すべき。

(12) 消費貸借に関する消費者特則の新設

(意見)

【全体について】

民法改正における議論に収斂させるべきである。

例えば、抗弁権の接続については、民法改正において見直しが見送られた論点であるが、その理由は、消費者概念の導入に慎重な意見への配慮からではなく、規定すべき内容について意見が分かれ、また、そもそも規定すべきでないという意見が少なくなく、コンセンサスを得ることが困難であったからである。そのような経緯を踏まえ、消費者契約法の見直しの議論においては検討項目からはずすべきである。

【目的物交付前解除権の新設について】

金銭のように転用が容易に可能となるものばかりではないことから、交付前の解除について、原則として不当条項と推定することには反対である。

2. 特別法やガイドライン、周辺法等に委ねるべきもの

(1) 「勧誘」要件の削除（広告等への拡張）（現行法第4条）

(意見)

広告等を不当勧誘規制の対象とすることについては強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 広告の限られたスペースに、全ての重要事項・不利益事実を記載することは不可能であり、また、広告・表示が不当であったとしても、その後、契約締結に至るまでの過程で是正されることもあることから、消費者契約法で規制することは不適切。

- ◆ そもそも、現在の議論では「広告」の概念すら整理されておらず、議論が錯綜しており、インターネット広告については、広告が消費者の意思形成に与える影響が大きい、ということの根拠も不明確。
- ◆ 昨年景品表示法の改正により、表示管理体制の整備が義務付けられ、課徴金制度が導入された中、不当勧誘規制の対象を広告等にまで拡張することが真に必要なのか、慎重に検討すべき。
- ◆ 金融商品取引法では、勧誘概念と広告概念は区別されている。こういった特別法における規制の枠組みを十分に踏まえ、これらとの整合性を確保する観点から慎重に検討すべき。

(2) 断定的判断の提供（現行法第4条第1項第2号）

（意見）

財産上の利得に影響しない事項への適用には反対である。

（理由の要旨）

- ◆ 前項と同じく、改正景品表示法の規制に加え、本号の要件を拡張することが真に必要なのか、慎重に検討すべき。
- ◆ 財産上の利得に影響する事項という限定が外されて非限定的になれば、対象範囲が不明瞭になり、かつ、不当に拡大するおそれがある。

(3) ブラックリストの追加

（意見）

ブラックリストの追加には反対である。

（理由の要旨）

- ◆ 業界ごとの実情を踏まえ、ガイドライン等で個別に定めるべき。
- ◆ ブラックリストに該当したことにより、当該条項がただちに不当条項に該当するかは、契約の実態や全体像を把握しなければ判断が難しい。
- ◆ 日弁連試案で提案されている条項には、実務上の必要性が高いもの、民法の公序良俗の規定で対応できるもの、景表法での解決に委ねるべきもの、経済活動を過度に萎縮させるもの等が含まれており、いずれも、慎重に検討すべき。

(4) 賃貸借契約に関する消費者特則

(意見)

各業界のガイドライン等で柔軟に対応すれば足りる。

3. 法適用の外延が不明確なものその他、現行実務を阻害するもの

日弁連試案には文言が不明確なものや、実務への影響が大きいものが含まれており、各条文の修正や新設について、立法事実を十分に精査したうえで、慎重にその要否を検討すべき。

(1) 目的規定の修正（現行法第1条）

(意見)

目的規定を、法改正の方向性に適合するように「情報の質及び量並びに交渉力等の格差」とする修正には反対である。

(理由の要旨)

- ◆ 3の柱書記載のとおり、そもそも日弁連試案には文言が不明確なものや、実務への影響が大きいものが含まれており、各条文の修正や新設について、立法事実を十分に精査したうえで、慎重にその要否を検討すべき。
- ◆ 見直しの結果、仮に目的規定の修正が必要となった場合でも、「等」という文言ではその内容・範囲が不明確であり、消費者契約法の趣旨が安易に変容してしまう懸念があり、具体的な記載に改めるべき。

(2) 消費者概念の拡張（現行法第2条関連）

(意見)

消費者概念の拡張には強く反対であり、とりわけ慎重な検討を求める。

(理由の要旨)

- ◆ 契約時に消費者契約法の適用の有無を、形式的・外形的な基準によって簡易・迅速に判断できなければ、取引の迅速性を損なう。
- ◆ 日弁連試案は、「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」が消費者から除外されるとの提案であるが、「直接関連」とするといえるかは取引の現場で即座に正確に判断できず、定義内容が不明確であり、上述のとおり取引の迅速性を損ない、契約実務に混乱を招く。

- ◆ 問題とされている事例については、民法の詐欺の規定の適用や、特定商取引法での手当てを検討することにより対処すべき。

(3) 消費者的事業者への準用

(意見)

消費者的事業者への準用には、強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 消費者契約法の性質そのものを変えてしまう。
- ◆ 消費者契約法は「消費者に自己責任を求めることが適切でない場合」を規律するとされており、事業者は事業を行う意思をもった「自己責任を求めることが適切な」者であるため、消費者契約法で保護することは適当ではない。
- ◆ 消費者概念の拡張同様、形式的な基準で消費者契約法の適用の有無を判断できないため取引の迅速性を損なうほか、通常の企業間取引に消費者契約法が適用される余地が残ることになり、取引の安定が害され、紛争リスクが高まる。
- ◆ 交渉力を背景とした不当な取引条件の強要を問題とするならば、独占禁止法で対処すべき。

(4) 事業者の情報提供義務・説明義務の法的義務化（現行法第3条）

(意見)

情報提供義務・説明義務の法的義務化にはいずれも強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 情報提供義務・説明義務は、既に特別法やガイドライン等で適切に定められており、そもそも消費者契約法で一般化する必要があるか慎重に精査すべき。
- ◆ 一般的な情報提供義務・説明義務を法定しようとするれば、日弁連試案の「消費者の判断に通常影響を及ぼすべきもの」のように外延が不明確な要件となり、事業者の予見可能性を欠き、経済活動の衰退につながる。
- ◆ 事業者、消費者、法律実務家の理解が異なりうる不明確な要件が設けられれば、事業者としては、一番安全なラインで解釈せざるをえなくなる。このことにより、予防的に過度に大量の情報を提供することになれば、事業者にとって過大な負担となるだけでなく、消費者利便も損なわれる。

- ◆ 情報提供や説明にあたっては、事業者の実務に即した工夫が活かされる仕組みが望ましく、特に売り場での説明方法についてしほりをかけすぎることにより、営業活動が阻害されることは避けるべき。
- ◆ 日弁連試案の第1項第2号及び第2項の「知ることができる」という要件は、事業者の取引の安全に係る予見可能性を大きく損なうものであり、強く反対する。
- ◆ どこまで丁寧に説明するかは企業の差別化につながっていると同時に、説明のレベルは商品・役務の性質、種類、価格によって異なるのが自然であり、一律にあらゆる商品に法的な説明義務を課せば、不要なコストが増大し今までと同じ商品を同じ値段で提供することができなくなるおそれがある。

(5) 契約条項の明確化・平易化規定の見直し【現行法第3条】

(意見)

契約条項の明確化・平易化を法的義務とすることには反対であり、現状どおり努力義務にとどめるべき。

(理由の要旨)

- ◆ 契約条項の明確化・平易化に向けた努力を行うべきことは当然だが、「明確・平易」の観点は主観的なもので、多様な消費者が存在するなか、一律に法的義務化することは不適切であり、結果的に紛争が増加することが懸念される。
- ◆ また、契約内容が一定の複雑さを伴う場合などは、契約書が長文化、大量化することが想定されるほか、過度に冗長な表現に終始したり、平易に説明しようとするあまり不正確になるというケースも想定される。
- ◆ これまでどおり、企業努力の範疇とすべきであり、必要に応じて業法規制等での対応を検討すれば足りる。

(6) 不利益事実の不告知（現行法第4条第2項）

(意見)

先行行為要件の削除並びに故意要件の削除につき、いずれも反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 現在は利益告知をすることにより不利益な事実が存在しないという誤解を惹起させた場合に取り消しができると解釈され、先行行為要件によ

って告げなければならない重要事項の範囲が限定されている。この先行行為要件が削除されると告げるべき事実の対象が著しく不明確になってしまう。

- ◆ 取消しは強力な効果であることから、取引の安全性のためにも、要件の緩和は慎重に検討すべき。
- ◆ 故意要件を削除した場合、些細なミスなど軽過失にすぎない場合にまで消費者に一方的な取消権を付与することになり、権衡を欠く。
- ◆ 各種の業法においても故意に告げないことが要件とされており、消費者契約法で故意要件を削除することは、当該業法における規律の趣旨を没却する。
- ◆ 消費者契約法制定の際の国会の審議における『不利益事実の不告知』は事業者に積極的・作為的な行為を要求する規範であるため、取引の安全性に配慮して、より行為の悪性の程度が高いものを契約取消しの対象とすることが適当である」旨の説明を十分に踏まえるべき（質疑概要は、消費者庁企画課編『逐条解説 消費者契約法〔第2版〕』（2010年、商事法務）（以下、「逐条解説」）19頁以下参照。）。
- ◆ 本規定は、民法の詐欺の特則として、消費者側の故意の立証負担を軽減したものであり、「民法上の詐欺の故意と変わりがない」わけではない。

(7) 「重要事項」の動機への拡大（現行法第4条第4項）

（意見）

「重要事項」の動機への拡大には強く反対する。不利益事実の不告知については、とりわけ慎重に検討すべきである。

（理由の要旨）

- ◆ 民法の詐欺、錯誤の規定や、特定商取引法、景品表示法などにより、消費者の保護は図られている。
- ◆ 何が消費者にとって「通常影響を及ぼすべきもの」かは事業者にとって必ずしも明らかではなく、予見可能性を欠く。事業者としては不利益事実となる可能性のある事項を全て説明するなど、過剰な情報提供を行わざるを得なくなり、事業者・消費者の双方にとって過度な負担となる。
- ◆ 特定商取引法においても、事実の不告知については動機を含んでいない点に留意すべき。

(8) 判断能力、知識不足を利用する行為

(意見)

規定の新設には反対である。

(理由の要旨)

- ◆ つけ込み型不当勧誘や状況の濫用については、外延が不明確であり、また、事業者からは個々の消費者が置かれている状況の把握が困難であることから、取引の萎縮や混乱が生じるほか、取引の安全を著しく害するおそれがあるため立法化には反対。これまでどおり一般原則で対処すべき。
- ◆ 暴利行為については、民法改正の議論において、明文化すべき適切な要件について合意形成が困難な状況にあったことから、規律の導入が見送られていることも踏まえるべき。現行の民法第 90 条で対応すれば足りる。
- ◆ 知識がないほど保護することになれば、何も調べることなく無防備な状態で契約を結んだ個人ほど保護されることになり、消費者が自ら情報を収集するインセンティブを失わせることにもなりかねない。

(9) 媒介者・代理人の不当勧誘（現行法第 5 条）

(意見)

媒介者・代理人以外の第三者への準用には強く反対する。

民法第 96 条第 2 項と同様の規律の導入については、慎重に検討すべき。

(理由の要旨)

- ◆ 民法第 96 条第 2 項は第三者の故意による違法な欺罔行為があったときに限定的に適用されるのに対し、不当勧誘行為については、例えば不実告知のときには第三者による故意も要件となっておらず、適用の範囲がいたずらに広がり合理的ではない。事業者が責任を負う範囲は、業務委託先の行為等、事業者のコントロールが及ぶ範囲にとどめるべきである。
- ◆ 委託以外の類型の第三者は、自身のコントロール外にあることもあり、そうした類型に関してまで取消の対象とすることは、取引の安定性を害する。たとえば、芸能人がテレビ番組で間違っただけを述べた場合や、ウェブサイト内の事業者のお店の口コミに間違っただけが書かれていた場合などにも事業者が契約を取り消されることになるのは不合理。
- ◆ 第三者の関わりようは業種やビジネスモデルにより様々であり、この部

分について委託関係以外に一般的な規律を設けることが適切に行い得るのか慎重に検討すべき。

(10) 取消権の行使期間の伸張（現行法第7条）

（意見）

取消権の行使期間の伸張には反対である。

（理由の要旨）

- ◆ 現行法の趣旨は、「事業者が行う取引は、迅速な処理が求められ、かつ、取引の安全確保、早期の安定化に対する要請が高い」ことにも鑑み、民法よりも取消期間が短く規定されている（逐条解説 169 頁参照）ことに留意すべき。
- ◆ 業態によっては、10年前の情報についてまで事業者が管理することは負担が大きすぎる。
- ◆ 長期間経過すると、証拠の散逸により、立証が困難な状況も想定され、司法アクセスの拡充をはかることの方が先決。
- ◆ なお、日弁連試案の「取消原因となった状況」に「心理的影響を含む」という提案は、起算日が客観的に定まらないため、紛争を増加させるほか、著しく取引を不安定にするものであり、強く反対する。

(11) 不当条項の一般規定の見直し

（意見）

規定を見直す必要はなく、見直しには強く反対する。

（理由の要旨）

- ◆ 前段を「当該条項が存在しない場合と比較して」に修正する提案については、現行の条文でも最高裁判例により適切に解釈されているところ、曖昧な規定に見直す修正は必要ない。
- ◆ 「消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する」という部分の削除も提案されているが、「消費者の利益」という文言だけでは、不当条項となりうる外延が不明確であり、濫用的な主張や企業活動の萎縮が懸念される。
- ◆ 後段から「民法第1条第2項」を削除するという提案については、信義則は契約一般に通有する法理であること、また、無効の範囲が不当に広がることが懸念されることから、強く反対する。

(12) 過大な違約金条項規制の見直し（現行法第9条第1号）

（意見）

「平均的な損害の額」の立証責任を転換することには反対である。

（理由の要旨）

- ◆ 無効を主張する側が不当条項該当性について立証責任を負うのが原則であり、これを転換するには相当の理由が必要。事業者側に情報が偏っていることだけを理由に立証責任を転換することは妥当ではない。
- ◆ 特に、平均的損害については、その立証のために会社の収支構造など企業の重要な機密事項に属する事項に踏み込まねばならず、極めて慎重に検討すべき。
- ◆ 現行法においても、裁判所による訴訟指揮や柔軟な事実認定により消費者の救済がはかられている。
- ◆ 消費者による立証の必要がなくなれば、濫訴が懸念され、事業者や裁判所等の争訟対応コストが増大する。
- ◆ なお、日弁連試案では、平均的な損害の算定方法について具体的な基準を設けるとしつつ、現行条文の「当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ」という部分が削除され、かえって基準が不明確になっている。逸失利益は、原則として平均的損害に含まないという解釈も疑問であり、本号の見直しは慎重に検討すべき。

(13) グレーリストの新設

（意見）

グレーリストの新設には強く反対する。

（理由の要旨）

- ◆ グレーリストは事実上ブラックリスト化し、当該条項の使用が制限され、また、該当するか否かについて不透明さが残れば正当な取扱いへの萎縮効果も大きい。
- ◆ 日弁連試案で提案されている条項は、いずれも現在定着している取引実務に大きな影響を与える可能性がある。事業者に過度の負担を強い、円滑な取引を妨げることになる。
- ◆ 契約条項が不当かどうかは、当該規定だけで判断するものではなく、契約の諸事情を総合的に勘案して判断するものであるところ、提案には、他条項との組み合わせ、業種の特性、特別の状況によっては不当とは評

価できない条項が含まれている。

(14) 不当条項規制の効果

(意見)

不当条項規制の効果について、当該条項全体を無効とすることには反対である。

(理由の要旨)

- ◆ 当事者の合意内容はできるだけ尊重すべきであり、原則どおり、不当条項があった場合には、当該不当な部分のみを無効とすべき。
- ◆ 当該条項全体を無効とすれば、法的・契約的基盤そのものを覆してしまうことになり、取引の安定性が著しく損なわれる。
- ◆ なぜ「裁判所がぎりぎり有効な範囲で効力を維持する場合には、不当条項の流布を助長する結果とな」るのか、その立法事実が示されていない。

4. 既存のビジネスモデルが変容してしまうもの

(1) 不当勧誘規制（困惑）（現行法第4条第3項）

(意見)

不退去・退去妨害以外の困惑類型への拡充については強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 見直しの趣旨は理解できなくもないが、「その他心理的な負担を与える方法」という要件は不明確かつ広範に過ぎ、予見可能性を著しく欠くことから不適切。
- ◆ 消費者の主観を基準とすると、事業者にとって予期せぬ取消し主張が濫発するおそれがあり、法的安定性を欠く。
- ◆ そもそもおよそ心理的に影響を与えない方法で勧誘することは不可能であること、業態によっては、消費者側がきめ細かな案内を望んでいる場合もあることを踏まえるべき。

(2) 不招請勧誘・再勧誘

(意見)

規律を設けることには強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 一般的にセールスは、要請を受けた者に対してだけ行うわけではなく、セールスを通じて購入意思を形成する商品・役務もあり、不招請勧誘・再勧誘という手段について一律にその適法性が否定されるべきではない。憲法上保障されている「営業の自由」にもかかわる問題であり、極めて慎重に検討すべき。
- ◆ 新規参入事業者はもちろん、新しく事業を拡大したような場合に勧誘できないということになってしまう。
- ◆ 商品についての必要なメンテナンスやサービス等について、適切な時期に、もっと積極的に案内をしてほしいといった消費者からの要望に応えられなくなったり、高齢者の見守りといった場面で丁寧なアプローチをしていきたいにもかかわらずそれできなくなったりし、有意義な商品・サービスへのアクセスが阻害される。
- ◆ 取引類型、一般消費者にとって危険となるような商品の特性の問題と切り離して、消費者契約法において一般的な規定を設けることには反対。
- ◆ 金融商品取引法の不招請勧誘では、営業の自由への影響、外為証拠取引金取引等の被害が社会問題化したという立法事実、レバレッジが高い等の商品の特性を踏まえ、適用対象が限定されている。

(3) 適合性原則違反

(意見)

規律を設けることには強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 適合性原則は、商品特性や顧客の属性を勘案するという個別性のある勧誘ルールであり、消費者契約の一般法である消費者契約法に導入することは不適切。
- ◆ 不法行為や公序良俗違反により対応可能であり、必要に応じて業法・特別法での対応を検討すれば足りる。

(4) 中心条項への適用

(意見)

不当条項規制を中心条項へ適用することを前提とする見直しには反対である。

(理由の要旨)

- ◆ 価格設定等はビジネスモデルにかかわる重要な事項であり、事業者・消費者双方の合意が尊重されるべき。

(5) 継続的契約の中途解約規定の新設

(意見)

規定の新設には強く反対する。

(理由の要旨)

- ◆ 継続的契約の中途解約のニーズがあるとしても、現行法下でも、解約権が設定されているか、解約合意があれば可能である。
- ◆ 日弁連試案の第2項は、契約期間1ヶ月分の対価を上回る金銭の支払いを請求することはできないとする提案であるが、消費者が長期にわたって役務提供等を受けていた場合などを考えれば、事業者にとって不当に不利である。
- ◆ 長期契約締結のメリットとして料金の割引がなされている場合もある中、一律に中途解約を認めたり、契約期間1か月分の対価しか請求できないとすれば、長期間の契約のための安価な料金でのサービスの提供ができなくなり、消費者の選択肢が減ることになる。
- ◆ また、リース契約では、リース会社が投下した資金を借り手から全額回収することを前提にリース料が設定されている。借り手（消費者）にリース契約の中途解約権を認め、損害金の金額が制限されると、リース会社は、投下した資本のほとんどを回収することができなくなり、著しい損害を被る。また、中途解約金の額をリース会社が投下した額と定めた場合に、それが不当条項と推定されると、反証の必要が生じ、法的紛争コストが増大する。これらにより、リース会社は消費者向けのリース契約は行うことができなくなる。
- ◆ 継続的役務提供契約の場合、「役務の内容を事前に把握することが困難」との指摘がなされているが、なぜ困難なのか疑問。
- ◆ 本件は、消費者利便及び、憲法上保障されている営業の自由にもかかわる問題であることを踏まえ、極めて慎重に検討すべき。

5. その他

(1) 消費者の努力義務の在り方（現行法第3条）

（意見）

消費者の努力義務を定める規定（現行法3条2項）の削除には反対であり、現行規定を維持すべきである。

（理由の要旨）

- ◆ 消費者基本法第7条第1項において、「消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。」とされており、消費者契約法の目的の1つである「国民生活の安定向上」（第1条）は、消費者自身の努力なくしては、達成しえない。
- ◆ 事業者から提供された情報を消費者ができる限り活用し、何かあれば事業者と相談するなど、お互いが協力して発展させていくのが理想。本項の削除により、事業者と消費者の健全な取引関係の構築の発展が阻害されることが懸念される。
- ◆ 現実に消費者に故意・過失がある場合には、過失相殺等により事業者の責任が減じられる場面があるところ、本項を削除すれば、消費者が自己の権利を保護するインセンティブが失われることにもなりかねない。

以 上