

「個別論点の検討(1)―消費者契約法総則―」に関する意見

2015年3月17日

委員 山本健司

1. 「消費者」・「事業者」概念の在り方

消費者契約法における「消費者」概念に関し、相手方事業者との実質的な格差の有無・程度を考慮して「消費者」の範囲を広げるべきという考え方について、どう考えるか。

(1) 当該契約以外に事業者性を基礎付ける事情がない場合

【意見】

「事業者の不当勧誘行為がなされた時点において相手方が消費者であれば、当該不当勧誘行為後の契約締結によって当該消費者が事業者性を具備したとしても、消費者契約法の適用がある」ということを、消費者庁の逐条解説で明記すべきであると考えます。

【理由】

一般消費者が収益不動産の購入を事業者から不当な方法で働きかけられた事案などでは、現行法下でも、事業者からの不当勧誘行為がなされた時点で相手方が消費者であれば、当該不当勧誘行為に基づく契約締結によって当該消費者が事業者性を具備したとしても消費者契約法の適用があると考えて然るべきであると思われます。

法解釈の明確化、相談現場等における消費者被害の救済の促進という観点から、上記の点を消費者庁の逐条解説で明記しておくべきであると考えます。

(2) 事業の実体がない場合

【意見】

「事業の実体が無ければ消費者として消費者契約法の適用がある」ということを消費者庁の逐条解説で明記すべきであると考えます。

【理由】

事業の実体が無ければ、仮に契約書等で事業者と記載されていたとしても、消費者として消費者契約法の適用があるということは、現行法下でも当然の帰結であると思われます。

法解釈の明確化、相談現場等における消費者被害の救済の促進という観点から、上記の点を消費者庁の逐条解説で明記しておくべきであると考えます。

(3) 事業を行う個人について、自己の事業に直接関連しない取引を行うために契約の当事者となる場合

【意見】

自己の事業に直接関連しない取引を行うために契約の当事者となる場合も消費者契約法の適用対象と法改正すべきであると考えます。皆様のご意見をお伺いしたいと思います。

【 理由 】

日弁連改正試案（2014 年版）では、事業を行う個人が自己の事業に直接関連しない取引を行うために契約の当事者となる場合について、消費者契約法の適用対象とする法改正を提案しております。これは、当該個人は当該取引に関しては一般消費者と何ら差違のない構造的に情報・交渉力に劣る地位にあること、特定商取引法ではたとえ事業者であっても事業目的と直接に関連しない取引についてクーリングオフを肯定している裁判例も存在すること等を理由としております。

(4) 団体が実質的には消費者の集まりである場合

【 意見 】

「形式的には事業者と団体との契約であっても、実質的には事業者と多数の消費者との消費者契約（の集まり）であると評価できる場合には、消費者契約法の適用がある」ということを、消費者庁の逐条解説で明記すべきであると考えます。

【 理由 】

大学のスポーツクラブチームなど実質的には消費者の集まりに過ぎない団体の場合、宿泊業者などの事業者との契約を個人名の列挙という形式で締結したか、団体名で締結したかによって結論を異にするのは不合理であると思われます。上記のような事案については、東京地判平成 23 年 11 月 17 日判時 2150 号 49 頁も消費者契約法の適用を肯定しているところです。

そこで、法解釈の明確化、相談現場等における消費者被害の救済の促進という観点から、「形式的には事業者と団体との契約であっても、実質的には事業者と多数の消費者との消費者契約（の集まり）であると評価できる場合には、消費者契約法の適用がある」ということを、逐条解説で明記しておくべきと考えます。

(5) 形式的には事業者に該当するが、相手方事業者との間に消費者契約に準ずるほどの格差がある場合

【 意見 】

形式的には事業者に該当する場合であっても、個別具体的な事情によっては消費者契約法の消費者保護規定が準用されうる旨を明定しておくことは、個人事業者など小規模事業者の保護の観点から有用であると考えます。皆様のご意見をお伺いしたいと思います。

【 理由 】

消費者契約法の実体法部分は民事ルールを規定する法規範であり、民法の諸規定と同じく、当事者間の利益状況が近似する場面では類推適用の余地のある法規範であると思われます（例：民法 94 条 2 項、民法 110 条の類推適用など）。

実際上も、ホームページリースのような案件など、不当勧誘行為による小規模事業者の被害を民事法で救済する必要性があります。

そこで、日弁連改正試案（2014 年版）では、形式的には事業者に該当する場合であっても、個別具体的な事情によっては、消費者的事業者として消費者契約法の消費者保護規定が準用されうる旨を明定しておくことを提案しております。

## 2. 情報提供義務

契約締結過程における事業者の消費者に対する情報提供義務（第3条第1項後段）について、

1. 努力義務を法的義務とすることについて、どう考えるか。具体的には、従来、消費者契約において、信義則上の情報提供義務として認められることを踏まえて、事業者の消費者に対する情報提供義務を規律することが考えられるが、どうか。
2. 法的義務としての情報提供義務を規律する場合、事業者の情報提供義務の発生要件、提供すべき情報の範囲について、どのように要件及び範囲を定めることが適当か。また、情報義務違反の効果について、消費者が事業者に対して損害賠償請求をすることができると思うことが考えられるが、どうか。

### 1 情報提供義務を法的義務とすること

#### 【 意見 】

情報提供義務を法的義務とすることに賛成します。

#### 【 理由 】

事業者と消費者との構造的な情報・交渉力の格差を是正して消費者利益の擁護を図る消費者契約法において、情報に劣る消費者に対する事業者の情報提供義務を規定することは必要不可欠と考えます。

### 2 情報提供義務の要件・範囲・効果

#### (一) 情報提供義務の要件

#### 【 意見 】

##### (1) 主位的意見

消費者庁資料 17～18 頁記載の(i)～(iv)の全てを情報提供義務の発生要件とすることには反対です。消費者契約において(i)(iii)(iv)の点は構造的に肯定できるものであり、民法改正論議とは区別して、(ii)を要件とすれば足りると考えます。具体的には、下記日弁連試案のような条文案が望ましいと考えます。

<消費者庁資料の要件案>

- (i) 事業者にとって当該情報を入手することが可能であること
- (ii) 当該情報が消費者の契約締結の意思決定に重要な影響を及ぼすものであること
- (iii) 消費者にとって当該情報を入手することが困難であること
- (iv) 事業者において、消費者が情報を知らなかったことによって生じた損害を賠償させることが不当でないこと

<日弁連改正試案（2014年版）>

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 (省略)

(2) 予備的意見

- (ア) もし仮に(i)(iii)(iv)の全部又は一部を要件として規定すると仮定しても、消費者契約においては原則としてそれらの要件は存在する旨の推定規定と、これらの要件を満たさないことを事業者において主張立証することを求める規定を併せ規定することが必要不可欠であると考えます。
- (イ) 特に、(iii)要件については、情報提供義務の成立範囲を不当に狭いものにしてしまう危険性があることから、例えば「消費者が当該情報の存在と内容を把握することが容易であったときに、情報提供義務違反に基づく損害賠償責任を例外的に減免する」といったふうにあらためるなど、要件の位置づけと内容を再検討する必要があると考えます。

【 理由 】

(1) 主位的意見

- (ア) 対等当事者間の法律関係を規律する民法における法規範としては、例外的な法的義務である信義則上の情報提供義務の発生を基礎づける事情（要素）として、下記①～④のような諸事情を考察することは有用と考えます。  
※もっとも、個々の事情の詳細な内容、下記の諸事情だけで良いのか、下記の諸事情が全て満たされなければ信義則上の保護が与えられないのかといった諸点は、なお検討が必要であるところと考えます。

< 民法における情報提供義務の発生を基礎づける事情 >

- ① 契約の一方当事者（A）にとって当該情報を入手することが可能であること
- ② 当該情報が他方当事者（B）の契約締結の意思決定に重要な影響を及ぼすものであること
- ③ 他方当事者（B）にとって当該情報を入手することが困難であること
- ④ 一方当事者（A）において、他方当事者（B）が情報を知らなかったことによって生じた損害を賠償させることが不当でないこと

- (イ) しかしながら、消費者契約は、その基本的性格において契約当事者間の情報・交渉力の構造的な格差の存在を前提としており（消費者契約法1条）、民法の情報提供義務の議論において問題とされうる①③④のような事情は、もともと構造的にその存在を肯定できると思われます。
- (ウ) したがって、消費者契約を規律する法規範としては、民法改正論議とは区別して、情報提供義務の発生要件は(ii)のみで足りると思います。具体的には、日弁連試案のような条文案が望ましいと思います。

< 日弁連改正試案（2014年版） >

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（省略）

- (エ) 実際問題としても、「事業者は、消費者に対し、当該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情報を提供し、説明しなければならない」というシンプルな民事ルールの方が、事業者にとっても消費者にとってもわかり易く納得感のある民事ルールであると考えます。

(2) 予備的意見

(ア) 上述のとおり、消費者契約は、その基本的な性格において契約当事者間の情報・交渉力の構造的な格差の存在を前提としており、民法の情報提供義務の議論において問題とされうる①③④のような事情（要素）は、もともと構造的にその存在を肯定できると思われます。

したがって、もし仮に(i)(iii)(iv)の全部又は一部を要件として規定すると仮定しても、消費者契約においては原則としてそれらの要件は存在する旨の推定規定と、これらの要件を満たさないことを事業者において主張立証することを求める規定を併せ規定することが必要不可欠であると考えます。

(イ) また、特に(iii)要件については、もし消費者の抽象的な情報入手可能性で情報提供義務が否定されてしまうとすれば、情報提供義務の成立範囲は不当に狭いものになってしまう危険性があると思われます。

したがって、もし仮に要件として検討すると仮定しても、原則として満たされる旨の推定規定を置いたうえで、例えば「消費者が当該情報の存在と内容を把握することが容易であったことを事業者が主張立証したときには、事業者の情報提供義務違反に基づく損害賠償責任を例外的に減免する」旨の規定にするとといったふうに、要件の位置づけと内容を再検討する必要があると考えます。

(二) 提供すべき情報の範囲

【 意見 】

(1) 原則として一般通常人を基準とした重要な情報、例外的に個別事案の当事者を基準とした重要な情報とすべきと考えます。具体的には、下記のとおり整理すべきと考えます。

(ア) 原則：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

(イ) 例外：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) また、情報提供義務については、実務上、提供すべき情報の範囲という問題以外にも、情報提供の方法・程度が問題とされることも多いことから、その点にも言及した規定内容とすることが望ましいと考えます。また、原則として一般通常人を基準とし、例外的に個別事案の当事者を基準とすることが望ましいと考えます。具体的には、下記のとおり整理すべきと考えます。

(ア) 原則：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。

(イ) 例外：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、説明しなければならない。

(3) 上記(1)(2)のまとめ

具体的には、下記のような規定内容が望ましいと考えます。

＜日弁連改正試案（2014年版）＞

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、説明しなければならない。

【理由】

(1) 情報提供の範囲

(ア) 消費者の要保護性と事業活動への悪影響の回避の両立という観点からは、提供されるべき情報の範囲については、原則として、一般通常人を基準として契約締結の帰趨を決まるような重要事項、具体的には、「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」と規定すべきと考えます。

(イ) また、個々の消費者にとっての重要情報であって、かつ、事業者がそれを知っている場合には、それを提供されるべき情報の範囲に含めても、利益衡量上、何の問題もないと考えられます。したがって、「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（ただし、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っている場合）」についても、提供されるべき情報の範囲に含めるべきと考えます。

(ウ) 進んで、個々の消費者にとっての重要情報であって、かつ、事業者がそれを知り得た場合にも、それを提供されるべき情報の範囲に含めても、利益衡量上、事業者の合理的負担の範囲内と考えます。したがって、「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（ただし、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ることができる場合）」についても、提供されるべき情報の範囲に含めることが検討させるべきと考えます。

(2) 情報提供の方法・程度

(ア) 情報提供義務については、実務上、情報提供の方法・程度が問題とされることも多いと思われます。例えば、分厚い約款集を何の説明もなく交付されただけでは、一般消費者は、実際問題としてどこに何が書いており、どの箇所が重要なのか自体がわからないという事態に陥ると思います。このような

場合に「情報提供義務・説明義務が尽くされた」と評価することは合理的ではないと思われます。したがって、情報提供義務の法規範については、情報提供の範囲のみならず、情報提供の方法・程度についても言及した規定内容とすることが望ましいと考えます。

具体的な情報提供の方法・程度については、消費者の要保護性と事業活動への悪影響の回避の両立という観点から、原則として、一般通常人が理解できるような方法・程度であること、具体的には、「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」という法規範を設けるべきと考えます。

- (イ) また、個々の消費者に理解が困難な個別事情があり（例えば、目が不自由で説明書面が読めないなど）、事業者がそれを知っている場合には、当該消費者の個別事情に即した方法・程度の情報提供を求めても、利益衡量上、何の問題もないと考えられます。したがって、「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っている場合には、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、説明しなければならない。」という法規範を併せ規定すべきと考えられます。
- (ウ) 進んで、個々の消費者に理解が困難な個別事情があり、事業者がそれを知り得た場合にも、当該消費者の個別事情に即した方法・程度の情報提供を求めても、利益衡量上、事業者の合理的負担の範囲内と考えます。したがって、「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、説明しなければならない。」という法規範を規定することが、併せ検討させるべきであると考えます。

### (三) 情報提供義務違反の効果

#### 【 意見 】

損害賠償義務とすることに賛成です。

なお、それに加えて一定の場合に取消権を付与するご意見に反対はしません。

#### 【 理由 】

情報提供義務違反の効果は、理論的にも、実務上の要請（原状回復では補えない損害が発生する事案もある）からも、損害賠償義務とすることが合理的であると考えます。

なお、損害賠償義務に加えて一定の要件が満たされた場合には取消権をも付与するというご意見は一理あるところであり、積極的にこれに反対するものではありません。

### 3. 契約条項の平易明確化義務

事業者が、消費者契約の条項を定めるに当たって、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものにすべきこと（法第3条第1項前段）について、

1. 努力義務とされているのを法的義務とすることについて、どう考えるか。
2. また、条項が明確かつ平易でないために、消費者契約に含まれる条項の意味が、契約解釈の一般原則に従った解釈を尽くしてもなお複数の解釈の可能性が残る場合には、条項使用者である事業者にとって不利な解釈を採用することとする旨の規定を設けることについて、どう考えるか。

#### 1 契約条項の平易明確化の法的義務化

##### 【 意見 】

平易明確化の法的義務化に賛成します。

##### 【 理由 】

契約条項の表現があいまいであったり、消費者にとって理解困難な用語や表現のものであったりする場合には、事業者に事後に有利な解釈がなされたり、消費者が十分な理解をしないまま契約に至ることで、消費者被害が発生しております。

また、現行法第3条第1項が消費者契約の条項は一般消費者が理解できるだけの明確性と平易性を事業者の努力義務として規定したにもかかわらず（透明性の原則）、現在も問題状況は改善しておりません。よって、透明性の原則については、事業者の法的義務に高めるべきであると考えます。

#### 2 条項使用者不利の原則の明文化

##### 【 意見 】

条項使用者不利の原則の明文化に賛成します。

##### 【 理由 】

消費者契約の内容となっている契約条項について、契約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があります。このような場合における解釈準則として、消費者契約における契約当事者間の情報交渉力格差及び公平の観点から、条項使用者不利の原則を明文化することが必要かつ合理的であると考えます。

#### 4. 消費者の努力義務

消費者の努力義務について、法第3条第2項の規律を削除すべきという考え方があるが、どう考えるか。

【 意見 】

法第3条第2項は削除すべきと考えます。

【 理由 】

そもそも消費者保護法である消費者契約法に消費者の努力義務が規定してあること自体、立法目的との関係で疑問があると思います。

本条項については、「事業者から提供された情報を活用することを要請するものに過ぎず、消費者自ら情報を収集する努力までも要請するものではない。換言すれば、消費者は、事業者から情報が提供されることを前提として、少なくとも提供された情報を活用するように要請されるに過ぎない」とした裁判例があります（名古屋地判平成19年1月29日消費者契約法検討会報告書裁判例【103】）。消費者契約の実態を踏まえれば、合理的な解釈であると思われます。

しかし、その一方で、「消費者契約法第3条第2項の趣旨」を理由に消費者側に過失相殺（2割）を認めた裁判例が報告されております（大津地判平成15年10月3日消費者契約法検討会報告書裁判例【141】）。

上記のような現実的な弊害もあることを踏まえれば、法第3条第2項は削除するのが相当と考えます。

以上