

## 「個別論点の検討（1）－消費者契約法総則－」に関する意見

平成27年3月17日

公益社団法人全国消費生活相談員協会

増田 悦子

## 1 「消費者」・「事業者」概念の在り方

## (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

相手方事業者の不当勧誘行為により個人が誤認に陥らなければ契約締結の意思表示をすることがなく、当該契約がなければ事業者性を基礎付ける事情がない場合は、消費者契約法の適用があることを逐条解説に明記すべきと考えます。

「今まで会社員だったが退職し、『独立自営！40万円以上の収入』という求人広告を見て、軽貨物配送の説明会に行き、軽自動車、架装費用、登録費等を含め350万円の契約をした。仕事はあるが単価が安い上に、ロイヤリティ、ガソリン代、保険料等、月々の経費がかかり、実際の収入は20万円にもならない。車は架装済みで受領、陸運局へ営業届けも出している上に、事業主としての契約だから運送会社からは解約できないと言われた。」

上記事例のように、相手方事業者からの不当な勧誘だけでなく、広告により自ら出向いて事業のための契約に至るケースもあります。

特商法業務提供誘引販売取引において、事業者性を判断する際には、①取引に習熟しているか、②事業所等で業務を行うか（看板、店舗、人を雇う、一見の客が入れる）③許可・届出等を必要とする業務か、④実質のある事業を行っているか（従事する時間、自由な仕入れや受注、経営者としての判断）などを総合的に判断します。

## (2) 事業の実体がない場合

実体は個人による非事業目的の契約であるにも関わらず、消費者契約法の適用を免れる目的で、法人等の団体名義での契約書を作成するような場合は、消費者であることを証明しやすいように思われますが、実際には、「自ら法人名義での契約をした。相手方としては事業の実体がないと認識できなかった」という主張をされることがあります。

また、当該契約が目的とする事業に実体がなく、その実体は商品等の売買を目的とするような場合は、現行法上の解釈によっても、「消費者」となると考えられるとしても、消費生活相談の現場では、事業の実体がないと断定することができません。「事業の実体はある。BtoBの契約である」と主張する相手方事業者に対し、消費者契約法の適用について理解を求めることは並大抵ではありません。

速やかな被害回復のために、逐条解説に明記しておくべきと考えます。

## (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

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すべきと考えます。

自己の事業については事業者として専門的知識を持っているとしても、その事業と直接関連しない取引に関しては「情報・交渉力」の格差のあるケースが多くあります。ただし、契約のきっかけ、相手方の勧誘方法、事業の規模や種類、それまでの経験等により判断すべきケースもあると考えます。

#### (4) 団体が実質的には消費者の集まりである場合

一見団体のように見える場合であっても、一定の事業のため又は事業として組織されたとは言えず、単なる消費者の集合体と評価すべき場合などについては、現行法上においても、消費者とされることが考えられるとしても、逐条解説において明記すべきと考えます。

大学サークルの合宿の契約やユニフォーム作成の契約、PTA 活動における契約などが消費生活相談として寄せられます。あっせん介入後には相手方事業者と消費者性について争いが推測されることから、あっせん交渉に介入すべきかについて消費生活センターによって判断が異なる可能性もあります。明記することで、被害救済が促進されます。

#### (5) 形式的には事業者該当するが、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

相手方事業者との実質的な格差の有無・程度を考慮した上で、消費者契約法が適用されるケースもあることを逐条解説に明記しておくことで、小規模事業者の保護が図れると考えます。

## 2 情報提供義務

(1) 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（法的義務）を規律することに賛成します。

契約締結前の情報提供義務について信義則から導くしかほかにはないとすれば、消費生活相談の現場では、情報提供義務違反について相手方事業者に理解を求めることはおよそ困難です。消費生活相談の多くは裁判になじまないことは広く認知されていると思います。消費生活相談において相手方事業者に速やかに理解してもらい、問題を解決するためには、法的な義務であることを明記することは大変有用です。

(2) 情報提供義務の要件として示されている i、iii、iv について反対します。これらを取り入れるとすれば、情報提供義務を法的義務と位置付けたとしても実際には機能しないと考えます。

特に、「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」については強く反

対します。

現状においても、広告、書面等において、形式的に記載されている情報、目立たないところに記載されている情報があるだけで、「記載している。情報提供している」という主張がなされ、消費者の落ち度を指摘されます。広告表示や書面記載方法の程度がどうかということの争いになると、話し合いは平行線になり、結局は今後の改善を求めて終了せざるを得ないことも多くあります。

消費者契約においては、もともと i、iii、iv は満たすものと推定されると考えます。消費者に責任を求める場合は、「多くの消費者が容易に情報を入手できる」程度の提供方法であることを事業者が主張立証することが必要です。また、消費者は情報入手の方法やレベルはいろいろです。その消費者が理解することが困難であることがわかっている場合は、理解できるような方法で情報提供をする必要があると考えます。

民法における情報提供義務の議論を踏まえることは必要ですが、消費者契約法は民法と同じ判断基準であってはならないと考えます。

(3) 情報提供義務違反の効果については、損害賠償責任とすることに賛成します。

取消しすることだけでは補えない損害が発生したり、契約を続行することが必要ではあるものの損害賠償を求めたいというケースがあります。

また、事案によって、取消しを認めることも賛成します。

### 3 契約条項の平易明確化義務

(1) 事業者が消費者契約の条項を定めるにあたって、消費者にとって明確かつ平易なものにすべきことを法的義務とすることに賛成します。

(2) 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」旨の規定を設けることに賛成します。

### 4 消費者の努力義務

消費者の努力義務を削除することに賛成します。

消費者基本法、消費者教育推進法において、消費者自らが情報収集する旨の規定や消費者市民社会の構築を目指して主体的に行動することを求められていますが、消費者契約法は、これらの法律と性質が異なります。

消費者契約法の立法目的からすれば、消費者の努力義務規定を入れていることに違和感があります。