

消費者委員会 消費者契約法専門調査会 中間取りまとめ（案）に対する意見

2015年7月28日

一般社団法人 日本経済団体連合会

常務理事 阿部 泰久

第1 見直しの検討を行う際の視点

<第1段落 「見直しの検討を行う際には、…」>

（意見）

基本的に文言の内容を支持する。

<第2段落 「まずは、平成13年の法施行後、…」>

1. ICTの発達・普及について

（意見）

ICTとりわけスマートフォン・タブレット端末といった新しい情報機器とSNSの発達・普及により、「インターネット取引の普及」に加え、「情報の流通量の増大と情報の流れの変化（消費者による情報収集や口コミ等情報発信の容易化が進む一方、玉石混交の情報が氾濫するという側面もある）」がある」という視点も加えるべき。消費者と事業者間との間に存在する構造的な格差は、消費者によって拡大する可能性も縮小する可能性もある。

2. 高齢化の進展について

（意見）

「一人暮らしの高齢者や認知症の可能性のある者等に対し…事例等も見受けられる。」に加え、消費を支えるアクティブシニアの増大、及び、事業者が高齢者見守りサービスや外出に支障がある高齢者に対する生活支援サービスといった高齢者の利便性に資する事業活動を行っているという視点も加えるべき。

（理由）

消費者契約の一般ルールとしての消費者契約法で、高齢者の弱者としての側面のみ強調した場合、過度にパターンリズミ的なルールとなり、消費生活に意欲的なアクティブシニアをはじめとする消費者と事業者との間の自由な取引についても無用のコストや混乱を生じさせる懸念があるため。

3. 事業者の経済活動への配慮について

（意見）

「事業者の予測可能性も担保し、経済活動が円滑に進むように留意する必要がある」とについて、「多様な業種・業態を調査し、観点する事業者への丁寧なヒアリングを行い、円滑な経済活動が妨げられないよう留意すべきである。特に、消費者契約法は、裁判で争われるケースのみならず、裁判外の事業者の顧客対応にも大きな影響を与えることに注意が必要である。」と加筆修正すべき。

(理由)

消費者と事業者は国民経済の車の両輪であり、消費者契約法の前提である「情報の質及び量並びに交渉力の格差」の構造の変化に配慮しつつ、適切なルール設定が必要である。

また、消費者契約法は、裁判規範としてのみならず、事業者の顧客対応など裁判外の場合での問題解決に利用されるものであり、予測可能性を欠くルール設定は事業者、翻っては消費者の取引コスト増を招く可能性がある。

<第3段落 「さらに、…」>

(意見)

民法、個別の業法に加え、現在改正が検討されている特定商取引法・割賦販売法、改正景品表示法、消費者裁判手続特例法といった法律、各業界団体による自主規制等との整合性や役割分担という視点も加えるべきである。

また、全ての消費者トラブルを法律のみで解決・防止しようとするのではなく、行政・消費者・事業者という三者の役割分担と連携により、取引の適正化や消費者への情報提供、消費者教育などに取り組んでいくという視点も加えるべきである。

<その他>

(意見)

今後の検討に当たっては、立法事実の有無の確認と検証、個別の論点のみならず論点が相互に組み合わさった際の法的効果と実際の経済活動への影響の検証を十分に行い真に必要な論点について適切な改正内容とすべきである。特に、ルールの対象範囲の拡大と要件緩和を同時に議論の俎上に上げると、ルールの見直しによる経済活動への影響が量り知れず議論に混乱を招くため、同時に両方議論することは避けるべきである。こうした観点から、9月以降に予定されている事業者ヒアリングは、業種・規模・地域等々、幅広い視点から丁寧に実施すべきである。また、将来的には、消費者・事業者双方から幅広い声を集めるべく、パブリック・コメントの実施を検討すべきである。

第2 総則

1. 「消費者」概念の在り方（法第2条第1項）

「消費者」概念の在り方については、法の適用の前提となるものであり、その範囲を明確に定める必要がある中で、問題となる場合においても、法の適切な解釈・適用により相応に対処できるものと考えられる。他方で、実質的には消費者の集合体にすぎない団体と事業者との間の契約など、現行法では事業者間契約となるが、実質的には消費者契約とみるべき場合に関しては、法を適用することを可能とする観点から、「消費者」概念を拡張することも考えられるところであり、この点は引き続き検討すべきである。なお、裁判例を逐条解説等で紹介するなど、法の適切な解釈・適用に資する取組を進めることも重要である。

(意見)

「消費者」概念の安易な拡張には反対。

(理由)

- ◆ 問題とされている事例は、現行法の適切な解釈・適用により対処可能。
- ◆ 「消費者」概念は、法の適用の前提。明確性に欠ければ、取引の安定が著しく損なわれる。
- ◆ 今後「消費者」概念の拡張を検討するのであれば、どのような場合に団体などを一般的な個人の消費者と同視して「消費者」とすべきか、「消費者」該当性が明確な基準により切り分けられるのかという点を中心に、極めて慎重に検討すべき。

2. 情報提供義務（法第3条第1項）

情報提供義務違反の効果として損害賠償を定めることについては、消費者契約一般に通用する情報提供義務の発生要件の在り方について、慎重に検討する必要がある。まずは、一定の事項の不告知による意思表示の取消しの規律を検討した上で、必要に応じ、さらに情報提供義務違反の効果を損害賠償と定める規定を設けるべきかどうかを検討することが適当である。

(意見)

情報提供義務の法的義務化には引き続き反対。

(理由)

- ◆ 取消しや損害賠償請求をされることを避けるため、過度な情報提供を事実上強いられる懸念がある。仮に検討するのであれば、前提として、業法等による規制の現状及びこれとの整合性を精査すべき。

3. 契約条項の平易明確化義務（法第3条第1項）

契約条項の平易明確化義務については、条項使用者不利の原則をどのように具体的に規律するかといった点を中心に、後述の第5の1. 条項使用者不利の原則の論点において、検討することとする。

(意見)

どのような形にしろ、平易明確性について法的義務化を検討することには反対。努力義務にとどめるべき。

(理由)

- ◆ 平易明確性は主観的なものであり、かつ、一般的に、平易にしようとすれば正確性を欠き、正確にしようとすれば平易でなくなることが容易に予想される。

4. 消費者の努力義務（法第3条第2項）

情報通信技術の発達により、消費者自身が情報を収集する手段や入手可能な情報量が増加している側面もあること、また、法第3条第2項は、あくまでも努力義務を規定するものであることを踏まえると、同項には、引き続き、意義があると考えられる。よって、現時点では、同項の規定を削除しないこととするのが適当である。

（意見）

法第3条第2項を維持することに賛成。

（理由）

- 法第3条第2項と第1項は裏表であり、第2項のみを一方的に削除することは不適切。

第3 契約締結過程

1. 「勧誘」要件の在り方（法第4条第1項、第2項、第3項）

事業者が当該事業者との間で特定の取引を誘引する目的をもってした行為については、それが不特定の者を対象としたものであっても、それを受け取った消費者との関係では、個別の契約を締結する意思の形成に向けられたものと評価することができると考えられる。そこで、事業者が、当該事業者との特定の取引を誘引する目的をもってする行為をした場合、そこに重要事項についての不実告知等があり、これにより消費者が誤認をしたときは、意思表示の取消しの規律を適用することが考えられる。ただし、適用範囲や事業者に与える影響等については、引き続き検討すべきである。

（意見）

不当な「事業者が当該事業者との間で特定の取引を誘引する目的をもってした行為」を広く取消の対象とすることを前提に「適用範囲」を絞ることを「引き続き検討する」のではなく、「事業者が当該事業者との間で特定の取引を誘引する目的をもってした行為」一般は勧誘と同視できないものの、例外的に取消の対象となるものとして「意思の形成に影響を与える」類型を切り出すことが出来ないか「引き続き検討すべき」という記載にすべき。一般的な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。

（理由）

- 「勧誘」は「意思の形成に影響を与える」ものを指しているが、「事業者が当該事業者との間で特定の取引を誘引する目的をもってした行為」のうち、直接的に「意思の形成に影響を与える」ものはごく一部。
- 仮に広告を対象とするとなれば、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。
- 去年の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。

- ♦ 「特定の取引を誘引する目的をもってした行為」が、BtoC 事業者が消費者に対して行う全ての広告を意味するとすれば、広汎に過ぎる。例えば、TVCMにおいて時間やスペースの関係上不利益な事実が入っておらず、公式サイトの商品説明やパンフレットには記載があったが、「TVCMを見て誤認した。公式サイトの商品説明やパンフレットは読んでいない」と言われれば取消することができるというのは、事業者にとって過度に酷である。
- ♦ 現に問題となった裁判例に照らし、上記改正案は効果が過大であり、適切とは思われない。

2. 断定的判断の提供（法第4条第1項第2号）

裁判例や消費生活相談事例において、財産上の利得に影響しない事項が問題となる典型的な事例は、瘦身効果や成績の向上その他の商品・役務の客観的な効果・効能が問題となるものであるが、これは現行法上の不実告知として捉えられる場合もあると考えられる。また、運命・運勢などの客観的でない効果・効能が問題となる事例については、消費者の心理状態を利用して不必要な契約を締結させた場合に問題となることが多いことから、まずは、後述の第3の5において、そうした場合に対処することができる規定を設けることを検討することとするのが適当である。その上で、それでもなお財産上の利得に影響しない事項についても対象にする必要があるかどうかを検討すべきである。また、現行法の文言を維持した上で、断定的判断の提供の対象が必ずしも財産上の利得に影響を及ぼす事項に限定されるわけではないことを逐条解説等に記載することも考えられる。

（意見）

現行法の文言を維持するという方向性には賛成。ただし、逐条解説等による解釈の変更については、慎重に検討すべき。

（理由）

- ♦ 解釈を変更すれば、対象範囲が不明瞭になり、かつ、不当に拡大することが懸念される。
- ♦ 「将来における変動が不確実な事項」の範囲を広げると、事業者が慎重な言い方をしたとしても断定的に言った言わないの争いが増え、結果として事業者は勧誘時の情報提供をやめるか、書面等で過剰に行うか、いずれにせよ非常に慎重にならざるを得ない。

3. 不利益事実の不告知（法第4条第2項）

（意見）

そもそも、不実告知型と不告知型を分ける基準をまずは検討することとし、当該基準が明確化できた場合のみ、2つの類型に分けた検討を行うべき。

（理由）

- 第3の3のイに「不実告知型の事案と不告知型の事案を明確に分ける基準を設ける必要性を指摘する意見もあったが、このように類型を分ける考え方自体については特に異論はなかった。」とあるが、第13回の専門調査会において、基準を明確にできないのであれば分けるべきではないという意見が述べられている。この課題を解決できず各類型の適用対象が明らかにならないまま検討を行うとなると実際の影響が評価できない。

(1) 不実告知型

不実告知型については、先行行為として告げた利益と告げなかった不利益事実とは表裏一体で一つの事実と見ることができることからすると、不実告知（法第4条第1項第1号）と同視して取り扱うこととし、不実告知において事業者の主観的要件を要求していないこととの均衡から、故意要件を削除するのが適当である。また、事業者の免責事由（法第4条第2項ただし書）に相当する規定を設けるかどうかについては、引き続き検討すべきである。

（意見）

故意要件を削除することに反対。

「故意要件を削除するのが適当である」の部分は、「故意要件の要否も含めて検討すべきである」と修正すべき。

（理由）

- 事業者にとって、当該消費者の利益になることを告げるのは当たり前。消費者の関心事項についての誤認の有無も消費者からの言及がなければ事業者としては分からない中で、意図して不利益事実を隠蔽した場合以外にも、「言わなかった」として取消しが認められるのは、事業者にとって酷。
- 第13回専門調査会では、故意要件の削除による影響を懸念する意見もあり、反映すべき。

(2) 不告知型

不告知型については、裁判例や特定商取引法の類例を踏まえると、先行行為要件を削除することが考えられるが、事業者の予測可能性を確保するためには、事業者が告知義務を負う事実の範囲を適切に画する必要がある。そのため、不実告知及び不実告知型の不利益事実の不告知との関係で「重要事項」の概念（法第4条第4項）を拡張するとしても、不告知型との関係ではこれを拡張しないこととするのが適当であり、引き続き実例を踏まえ検討すべきである。

(意見)

先行行為要件を削除し、「不告知型」の規律を設けることには反対。

(理由)

- ◆ 先行行為要件には告知すべき不利益事実の範囲を画定するという重要な役割があり、削除すると事業者が提供すべき情報の範囲について予測可能性がなくなる。
- ◆ あらゆる消費者契約に適用される一般ルールとしては、一般的な事業者と消費者の情報及び交渉力の格差に鑑みた最低限の規律にとどめるべき。
- ◆ 消費者取引の萎縮を招くことも懸念される。

4. 「重要事項」（法第4条第4項）

「重要事項」の適用範囲を明確にしつつ、かつ、裁判例の状況及び特定商取引法の規定を踏まえ、「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」を現行法第4条第4項所定の事由に追加して列挙することが適当と考えられる。さらに、当該消費者契約の締結が消費者に有利であることを裏付ける事情（例えば、事業者が消費者に一般市場価格は購入価格よりも大幅に高いことを説明した事例における一般市場価格などが想定される。）や、当該消費者契約の締結に伴い消費者に生じる危険に関する事項等を列挙することのほか、列挙事由を例示として位置付けることも考えられるところであり、引き続き検討すべきである。

(意見)

- ◆ 法第4条第4項各号の事項に「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」以外の項目について、加えること、これを例示事項とすることには強く反対。
- ◆ 「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」についても、事業者側からは、予測可能性が低いという懸念がある。具体的な事例や客観的な判断基準について、更に検討すべき。

5. 不当勧誘行為に関するその他の類型

(1) 困惑類型の追加

①執拗な電話勧誘については、自宅や勤務先といった生活・就労の拠点で電話による勧誘を受け続けることは、現行法で取消事由とされている不退去又は監禁と同様に、当該勧誘から逃れるためにやむなく消費者が契約を締結したという状況にあるとも言い得る。もっとも、現在、特定商取引法の見直しに関し、電話勧誘販売における勧誘に関する規制の在り方について検討されていることから、その状況等を注視しつつ、必要に応じ、検討すべきである。他方、②威迫による勧誘については、「威迫」（脅迫に至らない程度の人に不安を生じさせる行為）によって消費者が困惑し、契約を締結した場合について、消費者の保護の図る観点から、適用範囲を明確にしつつ取消事由として規定することが適当である。

(意見)

①について

執拗な電話勧誘に関する規律については、現在行われている特定商取引法の見直しの議論に委ねるべき。

②について

取消しが妥当な場合はいかなる場合なのかを更に検討したうえで、事業者の予測可能性を確保する観点から、判断の客観性が担保されるような明確な要件設定を検討すべき。

(2) 不招請勧誘

いわゆる不招請勧誘について、その不意打ち的な性質から生ずる問題点を踏まえ、消費者契約法に規律を設けることも考えられるが、現在、特定商取引法の見直しに関し、訪問販売及び電話勧誘販売における勧誘に関する規制の在り方について検討されていることから、その状況等を注視しつつ、事例の集積等を待って、必要に応じ、検討すべきである。

(意見)

不招請勧誘に関する規律について、消費者契約法に規律を設けることについては強く反対。

(理由)

- ◆ 現在行われている特定商取引法の見直しの議論に委ねるべき。現在、不招請勧誘が想定されるのは、特定商取引法の規制の対象である訪問販売と電話勧誘販売。

(3) 合理的な判断を行うことができない事情を利用して契約を締結させる類型

事業者が消費者の判断力の不足等を利用して不必要な契約を締結させるという事例について、一定の手当てを講ずる必要性があることについては特に異論は見られなかった。その一方で、規定を設けるとしても、適用範囲を明確にしなければ、事業者の事業活動を過度に制約したり、事業活動を委縮させたりすることにもなりかねない。そこで、消費者の置かれた状況や契約を締結する必要性について、一般的・平均的な消費者を基準として判断することや、そのような消費者の状況を事業者が不当に利用した場合を規律の対象にすることなど、適用範囲の明確化を図りつつ消費者を保護する観点から規定を設けることについて、引き続き実例を踏まえて検討すべきである。

(意見)

事業者が取引を躊躇したり、顧客に対して失礼な確認行為を行う必要が生じたりすることのないよう、限定的で明確な規律を設けることが可能か十分慎重に検討すべき。

6. 第三者による不当勧誘（法第5条第1項）

悪質な事例において、契約相手である事業者と勧誘をする第三者との間の委託関係の立証が困難なケースがあることから、委託関係にない第三者による勧誘（この場合の「勧誘」の意義は、現行法のものを維持することが考えられる。）であっても、事業者が、当該第三者の不当な勧誘をしたこと及びそれに起因して消費者が誤認又は困惑し意思表示をしていることを知っていた場合に、消費者に取消権を認めることについて、引き続き検討すべきである。また、それを知っていた場合に取消権を認めるとすれば、それを知ることができた場合にも取消権を認めるべきか否かについても併せて検討すべきである。なお、現行法第5条第1項にいう「媒介」の意義については、必ずしも契約締結の直前までの必要な段取り等を第三者が行っていなくてもこれに該当する可能性がある旨を逐条解説等において記載すべきである。

(意見)

「知っていた」場合について、事業者が消費者の誤認を是正するためにどこまでのことをする必要があるのかを明らかにすべき。

「知ることができた」場合まで含めることについては、引き続き強く反対。

なお書の提案については、更に議論すべき。

(理由)

- 全く関係のない第三者の行為（口コミサイトへの書き込みや競合他社の勧誘行為等）によって誤認している可能性がある多数の消費者に対して、当該誤認についての帰責性のない事業者がコストをかけて誤認を是正するのは酷である。
- 消費者契約法の不当勧誘は、民法の詐欺よりも要件が広い。また、全く関係のない第三者の行為についても「知ることができただろう」と取消しを主張されては、現場に無用の混乱を生じさせる。

7. 取消権の行使期間（法第7条第1項）

消費生活相談事例では消費者が相談に来た時点で既に取消権の行使期間を経過しているケースが多数存在することに鑑み、取消権の実効性を確保する観点からは行使期間を適切に伸長することが考えられるが、相手方事業者の取引の安全を図る必要性もあることを踏まえ、引き続き、事例を調査した上で検討すべきである。

（意見）

取消権の行使期間の伸長には反対。

（理由）

- ◆ 取引の安定を著しく損なうほか、事業者の取引の記録等の負担も増大し、こうした取引コストは取引価格にも反映され、消費者にも不利益である。
- ◆ そもそも追認をすることができる時から6ヶ月以上取消権を行使しなかったケースがどのようなもので、数として多いのか、立法事実を十分に確認する必要がある。

8. 法定追認の特則

消費者が、不当勧誘に基づいて契約を締結した後、事業者から求められて代金を支払ったり、事業者から商品を受領したりした場合に一律に法定追認が認められるとすると、取消権を付与した意味がなくなりかねない。その一方で、法定追認事由が生じた場合には、契約が取り消されることはない信頼した相手方事業者の取引の安全にも配慮する必要もあると考えられるが、事業者の側に取消原因にあたる不当勧誘行為があることが前提となっていることも考慮する必要がある。以上を踏まえると、消費者契約において特に問題となると考えられるのは民法第125条第1号に掲げられた「全部又は一部の履行」であることから、消費者契約法に基づく取消権との関係では、同号についてのみ、民法の法定追認の規定を適用しないこととするか、あるいは、消費者が取消権を有することを知った後でなければ法定追認の効力が生じないこととするかについて、これらの当否も含め引き続き検討すべきである。

（意見）

民法第125条第1号についてのみ、民法の法定追認の規定を適用しないこととするか、あるいは、消費者が取消権を有することを知った後でなければ法定追認の効力が生じないこととするには反対。

（理由）

- ◆ 契約関係が著しく不安定になる。
- ◆ 民法債権法改正の議論において、従来の判例・学説を踏まえ、法定追認において取消権者が取消権の存在を知っているかことが要件となるか否かは、解釈に委ねることとされた趣旨を尊重すべきである。
- ◆ 不退去・監禁後の代金支払い等については、民法の解釈・適用で対応できる。
- ◆ 消費者から民法第125条第1号に掲げる事実があった際に「取消権を有することを知らなかった」と主張すれば、事業者が消費者の内心について有

効に反証することは著しく困難であり、消費者の主張得になる懸念があり反対である。

- ◆ 事業者が執拗に催促して消費者に民法第 125 条各号に掲げる行為をさせる、消費者が取消権を有することを認識しつつも事業者の言動により民法第 125 条各号の行為をしてしまうといったケースで、民法等でも救済されず著しく不当な結果を生じさせている立法事実があるのであれば、消費者が追認が出来る時点以降の事業者の不実告知や不退去等を要件として法定追認の効力は生じないこととする規定をおくことも一案である。

9. 不当勧誘行為に基づく意思表示の取消しの効果

消費者契約法に基づいて意思表示を取り消した場合の消費者の返還義務の範囲について、特定商取引法のクーリング・オフをした場合の清算規定を参考に消費者の返還義務の範囲を限定することも考えられるが、消費者契約一般にそのような規律を設けることや、消費者が商品を費消して利益を享受した後意思表示を取り消して代金の返還を求めることの当否について慎重に検討する必要がある。他方、少なくとも改正民法の施行後も消費者が消費者契約法に基づき契約を取り消した場合の返還義務の範囲を引き続き現存利益の限度とするためには、その旨の特則を消費者契約法に設けることが必要と考えられることから、消費者契約法に設けるべき規定の内容について引き続き検討すべきである。

(意見)

基本的に取消しの効果は、民法の解釈・適用に委ねるべき。

(理由)

- ◆ クーリング・オフの 8 日間の熟慮期間に比しても長期間にわたって、現物返還可能な物を除く一切の客観的価値に関する消費者の返還義務を否定すれば、場合によっては消費者の「使用得」「費消得」「受け得」を惹起するなどバランスを欠くおそれが強い。
- ◆ また、改正民法の原則を修正するか否かは、改正民法施行後の立法事実を踏まえ、慎重に検討すべきである。取消しの効果において、一般的な消費者を意思無能力者や制限行為能力者と同等に扱うべきではない。

第4 契約条項

1. 事業者の損害賠償責任を免除する条項（法第8条第1項）

(1) 人身損害の軽過失一部免除条項（第2号及び第4号）

身体に生じた損害といってもその内容が様々であることも踏まえると、社会的に有用な事業活動を阻害しないようにする等の観点から、一定の範囲で事業者の免責を認めるべき必要性もあると考えられる。免責を認めるべき必要性は、当該消費者契約の目的・種類・性質・内容その他の事情によって様々であり、免責の内容や態様・程度も様々であることから、こうした要素を考慮した上で無効とする規律とすることのほか、生命に生じた損害については一律に一部免除条項を無効とすることが考えられ、不当条項リストの追加と合わせ引き続き検討すべきである。

(意見)

現行法の規定を維持すべき。

(理由)

- ◆ 現行法の規定を維持した上で、法10条の解釈・適用に委ね、事業者の情報提供の有無等の個別の事案における具体的な事情も考慮して、条項の有効性を柔軟に判断すべきである。
- ◆ 生命に生じた損害については一律に一部免除条項を無効とすることについては、生命侵害と身体の重大な侵害とを切り分けて別扱いとする点で、民事ルールとして不適切。約款書き換えの実務負担も大きく、慎重に検討すべきである。

(2) 「民法の規定による」要件の在り方（第3号及び第4号）

現行法の施行後、法人の不法行為責任等、かつて民法に設けられていた規定が他の法律に規定されるようになったものがあり、「民法の規定による」不法行為責任に限定すべきではないこと等に鑑み、現行法第8条第1項第3号及び第4号の「民法の規定による」という文言は削除することとするのが適当である。

(意見)

「民法の規定による」という文言は削除することについて特に異論なし。

(理由)

- ◆ 不法行為責任は、「民法の規定による」ものに限る合理的な理由はない。

2. 損害賠償額の予定・違約金条項（法第9条第1号）

(1) 「解除に伴う」要件の在り方

損害賠償額の予定をすることによって事業者が不当な利得を得るべきではないことは、契約の解除に伴わない場合においても同様と考えられること、特に消費貸借における期限前弁済については、実質的に契約を終了させる点で契約の解除の場合と差異がなく、約定利息相当額又は利息制限法所定の利率を超える利息相当額を予定している場合には現行法第10条により無効となるという裁判例もあることを踏まえ、契約の解除に伴わない損害賠償額の予定条項についても、一定の場合には規律の対象となるよう規定を見直すことを検討すべきである。

(意見)

意見を保留する。

(理由)

- 「一定の場合」が不明確であり、また、同じ法第9条にかかる「平均的な損害の額」の立証責任（第4の2(2)）の検討の方向性が定まっていない。

(2) 「平均的な損害の額」の立証責任

「平均的な損害の額」の立証のために必要な資料は主として事業者が保有していると考えられることからすると、その立証責任を事業者に転換することも考えられるが、企業活動の実態に関する証拠を提出することによる企業秘密に対する影響や、証拠の収集・保存や訴訟における立証等において事業者が生じるコストにも配慮する必要がある。

現行法の下で、最高裁は、消費者に立証責任があるとした上で、事実上の推定が働く余地があるとしている。この場合、同種事業者に生ずべき平均的な損害の額が立証されれば、それから当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を推認することとなるが、事業者は同種事業者に生ずべき平均的な損害の額と異なる特別の事情があることを立証すれば、事実上の推定が覆ることになる。消費者の立証の困難性を緩和するとともに、上記のような運用を踏まえて現行法第9条第1号の規定を見直し、同種事業者に生ずべき平均的な損害の額を当該事業者に生ずべき平均的な損害の額と推定する規定を設けることを検討すべきである。

(意見)

意見を保留する。

「規定を設けることを検討すべき」の部分は、「規定を設けることを含めて検討すべき」と修正すべき。

(理由)

- 消費者の立証責任がどこまで軽減され、事業者がどこまで立証負担を負うのかが不明確である。
- 専門調査会では、「同種事業者に生ずべき平均的な損害の額を当該事業者が生ずべき平均的な損害の額と推定する規定」の実効性に疑問を呈する意見もあったことに留意すべきである。

3. 消費者の利益を一方的に害する条項（法第 10 条）

(1) 前段要件

最高裁判決を踏まえ、当該条項がない場合と比べて消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重するものかどうかを判断するという規律とすることが適当であり、具体的な規定の在り方について引き続き検討すべきである。

(意見)

具体的な条文案の提示まで意見を保留する。

(理由)

- 「民法、商法その他の公の秩序に関しない規定」といった判断基準について言及がなければ、予測可能性に欠ける。

(2) 後段要件

契約条項が平易かつ明確でないことは、消費者に不利益をもたらすおそれがあるとともに、消費者に不利な条項を隠蔽する余地を残すもので問題があるものの、後段要件の考慮要素として明記することについては、契約条項が平易かつ明確でありさえすれば内容が不当であっても有効になり得るという、その趣旨とは違った理解がされかねないといった懸念も示されたこと等を踏まえ、条項使用者不利の原則等において検討することとし、現行法の後段要件は特に見直さないのが適当である。また、後段要件に規定する信義則に反するかどうかについて、法の趣旨・目的に照らして判断されるべきことについて、逐条解説等において明確にすべきである。

(意見)

現行法の後段要件を見直さないとする結論には賛成。ただし、条項使用者不利の原則には反対。平易明確性については、努力義務にとどめるべき。

(理由)

- 平易明確性は主観的なものであり、かつ、一般的に、平易にしようとすれば正確性を欠き、正確にしようとすれば平易でなくなることが予想される。

4. 不当条項の類型の追加

(1) 消費者の解除権・解約権をあらかじめ放棄させ又は制限する条項

① 消費者の解除権を放棄させる条項については、解除権を制限する条項との区別を明確にした上で、これを例外なく無効とする規定を設けることが考えられる。その際、放棄させようとしている解除権として、解釈上認められるものも含めるか、法律の明文で認められるものに限るかについては、これらを区別する理由のほか、実務への影響などを勘案しつつ、引き続き検討すべきである。

② 消費者の解除権を制限する条項については、どのような場合に当該条項を無効とする規定を設けるのが適切かについて、引き続き検討すべきである。その際には、第 15 回で提示された考え方のほか、当該条項を設ける合理的な理由の有無・内容や、当該条項の内容の相当性についての立証責任を事業者だけに課すものではないこととする考え方も含めて、検討すべきである。

(意見)

議論に入る前に、解除権と解約権の違いを明確にすべき。

また、消費者の解除権を放棄させる条項と解除権を制限する条項との区別を明確にできるのか検討すべき。そのうえで、消費者の解除権を放棄させることについて合理的な理由があるケースがないか更に検討すべき。その際、複数の解除権が存在する場合、そのうちの一部を放棄させるような場合は「制限」なのか「放棄」なのかなど、詳細な検討が必要。そして、消費者の解除権を放棄させることについて合理的な理由があるケースについては、当該条項の効力が無効とされることがないように、慎重に検討を尽くすべき。

解釈上の解除権まで含めることについては、明確性を欠くことから反対。

(理由)

- たとえば、いわゆる終身年金保険契約等では、年金の支払開始後には、契約の解除を認めない。これが消費者の解除権の「放棄」に該当し、一律に無効とされれば、2007年の法制審で保険商品の特性や仕組みを踏まえ、任意解除権を認めない契約条項に合理性があるとされた考え方が否定され、既存の商品設計が成り立たなくなる。
- また、定期預金については預金者の期限前解約権を制限することによって金融機関は高い利息を約束する商品設計となっており、かかる期限前解約権の制限には合理性がある。現行民法でも消費寄託契約については期限の利益は受寄者にあると定められ（金融機関）にあるとされ（民法第666条第1項、第591条2項）、改正法案においてもその規律は維持されているが（法案第666条第3項）、このように債権法改正の議論の過程で合理的とされた規律までも消費者契約法で無効にすることは、取引の実態に即していないと考えられる。

(2) 事業者に当該条項がなければ認められない解除権・解約権を付与し又は当該条項がない場合に比し事業者の解除権・解約権の要件を緩和する条項

事業者本来認められない解除権・解約権を付与し又は事業者の解除権・解約権の要件を緩和する条項についても、どのような場合に当該条項を無効とする規定を設けるのが適切かについて、引き続き検討すべきである。その際には、第15回で提示された考え方のほか、当該条項を設ける合理的な理由の有無・内容や、当該条項の内容の相当性についての立証責任を事業者だけに課すものではないこととする考え方も含めて、検討すべきである。

(意見)

慎重に検討すべき。

(理由)

- どのような条項が消費者の利益を一方的に害する条項であるかを明確に線引きすることは困難である。

(3) 消費者の一定の作為又は不作為をもって消費者の意思表示があったものと擬制する条項

消費者の一定の作為又は不作為をもって消費者の意思表示があったものと擬制する条項についても、どのような場合に当該条項を無効とする規定を設けるのが適切かについて、引き続き検討すべきである。その際には、第 15 回で提示された考え方のほか、当該条項を設ける合理的な理由の有無・内容や、当該条項の内容の相当性についての立証責任を事業者だけに課すものではないこととする考え方も含めて、検討すべきである。

(意見)

どのような場合に消費者の利益を一方的に害する条項といえるのか、限定・明確化する方向で更に精査すべき。限定・明確化にあたっては、ドイツなどの立法例も参考に、当該条項について消費者に特に明示され、明示の意思表示を行うための期間が与えられている場合は有効とするなど、適切な除外規定を設けることも検討すべき。

(理由)

- ◆ 消費者の一定の作為又は不作為をもって消費者の意思表示があったと擬制することに合理性がある場合もあると考えられる。

(4) 契約文言の解釈権限を事業者のみに与える条項、及び、法律若しくは契約に基づく当事者の権利・義務の発生要件該当性若しくはその権利・義務の内容についての決定権限を事業者のみに付与する条項

① 解釈権限付与条項については、②決定権限付与条項との区別を明確にした上で、これを例外なく無効とする規定を設けることが考えられる。
② 決定権限付与条項については、実務上の必要性を勘案しつつ、一定の場合には当該条項を無効とする規定を設けることも含め、引き続き検討すべきである。

(意見)

①について

事業者側にコンプライアンス上の要請や高い専門性（事業者が委託する第三者も含む）がある場合があり、一律に無効とするのは不適切。

②について

他の条文や法律で適切に対応可能。

(理由)

- ◆ 暴対法など他の法律の要請に基づき契約を解除する必要に迫られる場合もあるが、その場合に契約解除に関する条項の要件に該当するかどうか消費者に解釈を委ねるのは不適切な場合もある。
- ◆ 商品・役務の特性等に応じて、事業者側で判断することが消費者利益に合致する場合（専門的な判断を要する場合、消費者に広く権利を認めるために解釈に幅のある規定振りとする場合等）も存在すると考えられるため、一律に無効とすることは不適切である。

(5) サルベージ条項

サルベージ条項を無効とする規定を設けることについては、問題となった実例等を調査した上で、引き続き検討すべきである。

(意見)

立法事実の集積と検討が不十分な中でいわゆるサルベージ条項を不当条項として無効とすることについて反対。

(理由)

- 立法事実として、実際にサルベージ条項に起因して発生した問題がどの程度存在するのかが不明である。
- 法律によって許容される範囲において事業者の責任を免除する規定を一律に不当条項とすることについては妥当性・必要性に疑問があり、消費者契約法第10条の解釈・適用に委ねるべきである。
- そもそも、民法第1条第2項をはじめ強行法規の適用に関する明確なメルクマールがなく、また、過去には有効とされた条項が時代の変化により無効とされる可能性がある。加えて、契約が継続していれば条項を適宜に変更することは困難である。サルベージ条項は、可及的に条項の有効性を担保する手段であって、実務上の必要性がある。

第5 その他の論点

1. 条項使用者不利の原則

事業者は、自ら契約条項を準備し使用している以上、できる限りその内容を明確にすべきであり、条項が多義的であることによるリスクは事業者が負うことが公平に合致すると考えることもできるところ、この問題は、特に、不特定多数の者を相手方として用いられる定型約款（新民法第548条の2第1項）で顕著に現れるものと考えられる。

そこで、消費者契約に該当する定型約款の条項について、契約によって企図した目的、慣習及び取引慣行等を斟酌しながら解釈により合理的にその意味を明らかにすることがまずは試みられるべきであるが（これを契約解釈の方法として一般的に認められるものという意味で「通常の方法による解釈」と呼ぶことも可能であると思われる。）、それでもなお複数の解釈が可能であるときは、事業者（定型約款準備者）にとって不利に解釈しなければならないとする規律を設けることが考えられる。なお、定型約款に限らず、事業者によって一方的に準備作成された条項や個別交渉を経なかった条項についても適用すべきとの意見もあったことも踏まえ、これらについて、引き続き検討すべきである。

(意見)

p. 40 イ. 5行目の「他方で…」以下に、条項使用者不利の原則が使用されている場面がない点、規定を新たに設ける効果、必要性について検討すべき点について意見があったことを追加すべき。

(理由)

- 第7回の調査会で古閑委員より発言があったことを反映すべき。

(意見)

規定の新設に反対。

(理由)

- ◆ 我が国において同原則を立法化して救済すべき立法事実があるのか、すなわち、裁判官がその解釈を決められないような条項がどの程度あり、どのような不都合が生じているのかも検証するとともに、慎重に検討すべきである。なぜならば、同原則を規定した場合、安易に同原則（の“事業者にとって不利”の部分のみ）に依拠した主張が多発すること、安易に消費者に過度に利益な解釈が採用されること、及び、裁判外での交渉への影響などが懸念される。加えて、本来、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、同原則の下で硬直的に運用されることにより、従来行われてきた裁判所の合理的な判断や和解の勧告の姿勢が変わってしまいかねない。こうした懸念の大きさと救済すべき事例（立法事実）のバランスを考慮すべきである。仮に、同原則を設ける場合には、適用範囲と場面が極めて限定されることが条文上も明確化され、安易な適用に対する抑止策が講じられることが前提である。また、各国においても約款解釈の中で議論されるのが一般的であり、消費者契約一般に広げるのは不適切である。
- ◆ また、条項の解釈が複数成り立つ場合においては、いきなりどちらか一方に有利・不利なものを採用すると決めるではなく、個別の事例ごとに適切な解釈を導くべきである。たまたま当事者の一方が消費者である場合には、常に相手方事業者に一方的に不利益を負わせるという規律を設けることが妥当なのかということについては、慎重に議論すべきである。

2. 抗弁の接続／複数契約の無効・取消し・解除

契約は当事者以外に効力を及ぼすことはできないという原則の例外を設けることとなり、要件を慎重に検討する必要があること、法第5条によって対処できる場合もあることを踏まえ、また、関係法令の運用や改正の動向、裁判例や消費生活相談事例の状況も見定めながら、必要に応じ、検討すべきである。

(意見)

規律の新設に反対。

(理由)

- ◆ 典型的に問題が生じるケースについては必要な範囲に絞り他の法律での対応を検討すべきと考える。
- ◆ 抗弁の接続及び複数契約の無効・取消し・解除について、消費者契約に関する一般的な規定を設ける根拠に乏しい一方、本来必要とされる範囲を超える規定を設けることは実務の混乱を招く。

3. 継続的契約の任意解除権

継続的役務受領型契約と継続的商品購入型契約との異同やどの程度の期間の契約を念頭に置くかなど、消費者契約一般に通用する規律の内容としてどのようなものが適当か慎重に検討する必要がある。関係法令の運用、裁判例や消費生活相談事例の状況も見定めながら、必要に応じ、検討すべきである。

(意見)

規律の新設に反対。

(理由)

- 継続的役務提供及び継続的商品購入については、通常、長期の安定的な取引関係を前提として、そのメリットとして料金・代金の割引が行われており、消費者契約全般に関して消費者からの任意解除権に関する規律を導入すれば、結果的に安価な役務・商品の提供といった消費者の選択肢を狭めることになる。

以 上