

第45回消費者契約法専門調査会資料1に対する意見

2017年7月21日

ヤフー株式会社

石島 真奈

1. 約款の事前開示に関する消費者庁提案

(意見)

検討が十分になされていないため反対する。

(理由)

(1) 契約条項の開示請求

「事業者に対して条項の開示を請求することが困難な消費者がいること」が議論の出発点とされているが、契約条項を確認したいのに事業者に請求することが困難というのはどのような理由に基づくもので、そのようなケースは実社会においてどれほどあるのかが明らかになっておらず、約款の事前開示に関する議論の前提として妥当に疑義が否めない。

民法(債権関係)部会資料75Bの11ページに記載されているように「定型条項を用いて契約を締結する場面では、相手方も定型条項の中身を逐一見ようとししない場合が多くある」ということが実態であれば、「消費者が消費者契約の締結に先立ち消費者契約の条項を容易に知ることができる状態に置いたとしても条項が確認されないことには変わりはなく、この点においても民法改正時の議論をふまえたうえでの整理された前提になっていない懸念がある。

新民法施行後の状況を踏まえて検討していくことが妥当と考える。

(2) 店舗取引での取り扱い

努力義務の充足として、「消費者が条項全体を見ようと思ったときにはこれを見ることができるための何らかのひもづけを表示する」ことは「 」とされ、「消費者から請求を受けたときに対応できるよう準備しておく」ことは「×」とされている。店舗取引において契約条項の確認を求められた場合に備えて予め店舗において店員が準備をしておくことが努力義務を果たしていないという議論には疑問を覚える。スマートフォン等を所持していない消費者が自宅に帰ってからパソコンで「 商店 規約」と検索することと、店舗で店員に尋ねることとどちらが消費者にとってハードルが低いのかについては、情報化社会の進展を鑑みても一概に断じられることではないのではないかとと思われる。

また、約款をウェブサイトに掲載している場合に、「詳しい契約条件を知りたい方は、『 商店 規約』を検索してください」と掲示をしなければ消費者は約款を検索できないという前提にも疑義を覚える。契約条項を確認したいと考えた消費者が検索することを想起す

ることがそれほど困難なことと思われぬ。総務省の調査によるとインターネット普及率は2016年現在83.5%である。調べたいことがある場合に検索サービスを利用するという行動様は相当程度一般化しているといえるのではないか。仮に世代間で浸透度に格差があるとすれば、消費者への啓蒙活動で対応可能ではないのかと思われる。以上より、店舗での「詳しい契約条件を知りたい方は、『 商店 規約』を検索してください」との掲示に現実的な意義があるかには疑問を覚える。なお、資料1においては、新民法第548条の2第1項第2号との関係でのみ説明がなされているが、本件は新民法第548条の2第1項第2号でのみ問題となるのかも明らかでない。日常的に行われ何らかの約款が作成されていると通常想定される契約において、新民法第548条の2第1項第2号における定型約款を契約の内容とする旨の表示がなかった場合に、新民法第548条の2第1項第1号における黙示の同意が認められないということになるのか、明らかでない。

(3) 商品等の販売を第三者が行う場合の取り扱い

たとえば、コンサートやスポーツ観戦のチケットを主催者以外のチケットショップ等が販売する場合、チケットの流通経路を特定できない主催者はどのように対応すればよいのか明らかでない。

(4) 誤ったメッセージ効果

消費者庁提案では、定型約款に限らず消費者契約の条項全般を対象にしており、定型約款以外の消費者契約の条項についても、「消費者が消費者契約の締結に先立ち消費者契約の条項を容易に知ることができる状態に置くよう努め」ておけば、契約の内容になるものとの誤ったメッセージ効果をもたらすおそれがあるようにも思われる。新民法における誤ったメッセージ効果を懸念するのであれば、消費者庁提案においても同様の誤ったメッセージ効果を発生させることにならないかを検討すべきである。

2. 解釈権限付与条項・決定権限付与条項に関する消費者庁提案

(意見)

事業者の正当な活動の制約および消費者被害の拡大の両観点から懸念がある。また、提案内容が不明確であるため反対する。

(理由)

(1) 消費者庁提案 による消費者被害の拡大に対する懸念

契約の一方当事者が契約条項の要件に該当するか否かを一方的に決定する権限を有するのは不適切という課題意識については、観念的問題としては理解する。

しかし、これまでの議論において、実社会の中でこのような権限がどのように行使されており、不当に行行使された事例がどの程度存在するのかということが示されてきていない。

既に多くの意見が述べられているところではあるが、事業者が各種のサービスを運営する中で迅速な判断と対応を求められる場面は多く、その中にはサイバーセキュリティ、偽ブランド商品、SNS 上での未成年者への性的搾取、名誉毀損、プライバシー侵害、反社会的勢力との関係の遮断など社会的課題対処の一翼を担うものも数多い。これらはまさに消費者被害を防ぐためにも事業者の経験則などに基づく判断をもって速やかに処理する必要性が高いものである。さらに、これらに対する処理を行った根拠として、たとえばサイバー攻撃への対処や詐欺の手口の最近の傾向や偽ブランド商品にみられる特徴について明確にしなければならぬとすると、悪意をもってサービスを利用している者にパトロールの網の目をくぐるための情報を提供することになりかねず、更に被害や問題が拡大するおそれがある。

消費者庁提案 は事業者のこうした正当な活動への制約と消費者被害の拡大への懸念が払拭されているものとはいえないと考える。

(2) 消費者庁提案 による不明確さの拡大に対する懸念

消費者庁提案 は、法第 10 条の第一要件への該当性を明確にするために、「消費者の権利又は義務を定める任意規定の要件に該当するか否かを決定する権限を事業者に付与する条項」を例示として追加する趣旨であると理解している。

しかし、消費者庁提案 の解釈と適用範囲が不明確であり、消費者契約において実際に使用されている契約条項の第一要件への該当性がかえって不明確になってしまう懸念がある。

消費者庁の消費者契約法逐条解説の 129 ページにおいては、「法令中の規定には、当事者の意思の如何を問わず無条件に適用され、その規定に反する当事者間の特約を無効とするという効力を有する規定（いわゆる強行規定）もあるが、それとは反対に、その規定よりも当事者間の特約が優先し、当事者がその規定と異なる意思を表示しない場合に限り適用される規定もある。このような規定を任意規定という」と解説されており、任意規定と対比するものとして強行規定を説明する。強行規定がその規定に反する当事者間の特約を無効とするものであるとすれば、その規定の内容に変更を加え得る解釈権限付与条項は明文化するまでもなく無効であるということは理解できるが、要件への当てはめの問題に過ぎない決定権限付与条項においては任意規定と強行規定を区別する理由はないように思われる。今回の消費者庁提案 はあえて任意規定のみを対象としているため、解釈権限付与条項と決定権限付与条項をどのように区別するのが非常に不明確になっている。また、条項例 1 は、消費者契約法 8 条第 1 項第 1 号乃至第 4 号の責任を免れ得るものであるが、この消費者契約法 8 条第 1 項第 1 号乃至第 4 号の規定は上記の逐条解説の説明によると強行規定であるように思われ、「消費者の権利又は義務を定める任意規定の要件に該当するか否かを決定する権限を事業者に付与する条項」には該当しないのではないかと。

また、資料 1 においては、「特約で定められた要件に関する決定権限付与条項」については、「任意規定を適用した場合よりも消費者の権利を制限し義務を加重するとは必ずしも言

い難い」と説明されている。しかし、消費者庁の消費者契約法逐条解説の 129 ページにおいては、「法令中の公の秩序に関しない規定」とは、いわゆる任意規定のことを指す、「任意規定の意義については、「明文の規定のみならず、一般的な法理等も含まれると解するのが相当である」、「任意規定」という場合には、一般的な法理等も含めた「任意規定」を指すものとする」といった解説が行われている。同一条文における任意規定の問題としては、同じ内容を指すものと解釈するのが自然である。そのため、裁判所によっては、一般的な法理等も含めた任意規定が対象とされ、その結果、資料 1 での説明に反して「特約で定められた要件に関する決定権限付与条項」も法第 10 条の第一要件に該当性するものと判断されるおそれがあるのではないかと懸念する。

以上のとおり消費者庁提案は、「任意規定」、「強行規定」、「一般的な法理等」、「特約」が平易かつ明確に整理されておらず、その解釈と適用範囲が不明確であり、消費者契約において実際に使用されている契約条項の第一要件への該当性がかえって不明確になってしまうことが懸念される。

3. 解釈権限付与条項・決定権限付与条項に関する消費者庁提案

(意見)

検討が十分になされていないため反対する。

(理由)

消費者庁提案は、これまでの議論を踏まえて適用対象を限定した上でいわゆるブラックリストとして規定するものと理解している。

しかし、このような規定を消費者契約法に盛り込むことで救済したい消費者被害は実社会に存在するのか、このような粒度の規定を消費者契約法に盛り込むことは他の規定とのバランス上適切なのかという疑問がある。

また、継続的にサービスを提供する契約において、都度サービスの内容が見直され変更されていくものもあり、このような契約においては事業者が債務の内容を決定する権限が付与されている。現時点においても新民法第 548 条の 4 の定型約款の変更の規定に相当する形でサービス内容の変更が行われているが、新民法第 548 条の 4 が施行されていない現時点においてこのようなサービス変更を可能とする条項が消費者庁提案に該当するのであれば、健全に行われている実務にも影響が生じてくる。

喫緊の問題とはいえないのであれば、改めて実社会で発生している消費者被害の実態を捉えて検討をし直すべきではないかと考える。

以上