

消費者契約法専門調査会 報告書

平成27年12月

消費者委員会 消費者契約法専門調査会

目次

はじめに	1
第1 見直しの検討を行う際の視点	2
第2 速やかに法改正を行うべき内容を含む論点	4
1 .「重要事項」(法第4条第4項)	4
2 .合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させる類型	5
3 .取消権の行使期間(法第7条第1項)	6
4 .不当勧誘行為に基づく意思表示の取消しの効果	7
5 .事業者の損害賠償責任を免除する条項(法第8条第1項)	7
6 .不当条項の類型の追加 / 消費者の利益を一方的に害する条項(法第10条)	8
第3 上記以外の論点	11
1 .「勧誘」要件の在り方(法第4条第1項、第2項、第3項)	11
2 .不利益事実の不告知(法第4条第2項)	11
3 .困惑類型の追加	12
4 .不招請勧誘	13
5 .第三者による不当勧誘(法第5条第1項)	13
6 .「解除に伴う」要件の在り方(法第9条第1号)	13
7 .「平均的な損害の額」の立証責任(法第9条第1号)	14
8 .条項使用者不利の原則	15
9 .その他の論点	15
おわりに	17
(参考資料1) 諮問書	
(参考資料2) 消費者委員会 消費者契約法専門調査会設置・運営規程	
(参考資料3) 審議経過	
(参考資料4) 委員名簿	
(参考資料5) 消費生活相談員に対するアンケート調査	

はじめに

本専門調査会は、平成 26 年 8 月に内閣総理大臣から消費者委員会に対し、消費者契約法（平成 12 年法律第 61 号。以下単に「法」ということがある。）について、「施行後の消費者契約に係る苦情相談の処理例及び裁判例等の情報の蓄積を踏まえ、情報通信技術の発達や高齢化の進展を始めとした社会経済状況の変化への対応等の観点から、契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方」の検討を行うように諮問がなされたことを受け、同年 10 月に設置された。その後、同年 11 月から平成 27 年 8 月まで審議を行い、検討の状況について一旦整理し、今後の検討の方向性を示すために、「中間取りまとめ」を公表した。

公表後、平成 27 年 9 月に消費者委員会において中間取りまとめに関する集中的な意見受付を実施し、また、同年 10 月から再開した本専門調査会の審議の中で関係団体からのヒアリングを実施した。その結果を踏まえ、さらに、同年 12 月 25 日開催の第 24 回専門調査会まで審議を重ねた。

本報告書は、こうした審議内容をもとに、速やかに法改正を行うべき論点及び引き続き検討を要する論点について現時点での方向性を取りまとめたものである。

第1 見直しの検討を行う際の視点

本専門調査会においては、法施行後の社会経済状況の変化、消費者被害の救済と事業者の予測可能性の担保との両立、民法（明治29年法律第89号）¹の改正等との関係といった点を踏まえ、調査審議を行ってきた。具体的には、以下のとおりである。

平成13年の法施行後、高齢化の更なる進展に伴い、高齢者の利便に資するような生活支援サービスも提供されているものの、高齢者の消費者被害は増加している。その中には、現行の不当勧誘の類型には該当しない態様により、判断力が不十分な高齢者が不必要な契約を締結させられたという事例もある。また、情報通信技術の発達・インターネット取引の普及等の影響も受け、消費者による情報の収集等が容易になっている側面もあるが、契約締結の方法等が多様化したことに伴って生じた消費者被害も見られる。こうした社会経済状況の変化に起因する消費者被害に対し、消費者と事業者の双方に対する啓発活動をいっそう強化するとともに、法の実効性を確保する必要がある。

また、消費者紛争の多くは消費生活相談において処理されており、裁判のみならず、消費生活相談の現場における法の十分な活用を通じて、消費者紛争が適切に解決されることにより、消費者被害の救済が図られる必要がある。それとともに、消費者契約全般を対象とする包括的な民事ルールである法については、広範な業種・業態に関わるものであることを踏まえ、事業者の予測可能性を担保するとともに、経済活動が円滑に進むように留意する必要がある。すなわち、「消費者の利益の擁護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与する（法第1条）」ようにする必要がある。

さらに、消費者契約法については、民法との関係では、その特別法に当たる²。他方で、消費者契約法は、個別の業法における民事ルールとの関係では消費者契約に関する一般法に当たる³。このような位置付けを踏まえ、法の適切な在り方を考える必要がある。

上記の視点を踏まえ、本報告書においては、各論点について、

解釈の明確化で一定の対応ができるものは、解釈の明確化を図る

解釈の明確化だけでは対応できないものは、規律の明確化に留意しつつ、速やか

¹ 民法（債権関係）の改正については、法制審議会における審議を経て、「民法の一部を改正する法律案」（第189回国会閣法第63号）が平成27年3月31日に国会に提出されている（以下、同法律案による改正後の民法を「新民法」という。）

² 民法は対等当事者間における法律関係を念頭に置くものであるのに対し、消費者契約法は消費者と事業者との間に存在する構造的な「情報の質及び量並びに交渉力の格差」（以下「情報・交渉力の格差」という。）に鑑み、意思表示の取消しや契約条項の無効等を規定することにより、「消費者の利益の擁護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする」（法第1条）ものである。

³ 個別の業法における民事ルールが特定の分野に限り適用されるのに対し、消費者契約法の規定は消費者契約一般に当てはまる民事ルールとして取引の適正化を図ろうとするものである。

に法改正を行う

とのほか、現時点で法改正を行うことについてコンセンサスが得られていないものについては、今後の検討課題として引き続き検討を行うという方向で整理をした。

第2 速やかに法改正を行うべき内容を含む論点

1. 「重要事項」(法第4条第4項)

不実告知による取消し(法第4条第1項第1号)に限り、「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」を法第4条第4項所定の事由に追加して列挙することとする。

[説明]

(1) 消費者契約法は、「重要事項」について不実告知(法第4条第1項第1号)又は不利益事実の不告知(法第4条第2項)が行われた場合に意思表示の取消しを認めている。ここでいう「重要事項」(法第4条第4項)とは、現行法では、物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの「質、用途その他の内容」(第1号)又は「対価その他の取引条件」(第2号)であって、「消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの」とされている。

もっとも、当該契約の締結を必要とする事情について不実告知を受けた結果、消費者が必要のない契約を締結したという被害も発生しており、「重要事項」を柔軟に解釈することによって取消しを認めた裁判例もある。また、特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。)では、平成16年改正により、契約の締結を必要とする事情に関する不実告知について意思表示の取消しを認める規定が設けられた。このような事情を踏まえ、法第4条第4項所定の事由に、消費者が当該消費者契約を締結する必要性を基礎付ける客観的な事実関係として「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」を追加して列挙することとする。

また、当該事項について不利益事実の不告知を受けたために誤認したという被害が現時点では直ちには見当たらないことに照らし、不実告知による取消しに限り、当該事項を追加して列挙することとする。当該事項を、不利益事実の不告知による取消しとの関係でも、法第4条第4項所定の事由に追加することの是非については、不利益事実の不告知に関する規律の在り方と併せて、引き続き検討を行うべきである。

(2) なお、今後の検討課題としては、法第4条第4項所定の事由として、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べきとの意見も見られたところであり、「重要事項」の規律の在り方について引き続き検討を行うべきである。

2. 合理的な判断をする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、消費者に対して、過量契約（事業者から受ける物品、権利、役務等の給付がその日常生活において通常必要とされる分量、回数又は期間を著しく超える契約）に当たること及び当該消費者に当該過量契約の締結を必要とする特別の事情がないことを知りながら、当該過量契約の締結について勧誘し、それによって当該過量契約を締結させたような場合に、意思表示の取消しを認める規定を新たに設けることとする。

[説明]

(1) 高齢化の更なる進展に伴い、高齢者の消費者被害は増加しており、その中には、加齢や認知症等により判断力が不十分な消費者が不必要な契約を締結させられたという事例もある。また、高齢者に限らず、当該契約を締結するか否かを合理的に判断することができない事情がある消費者が、事業者によるその事情を利用して、不必要な契約を締結させられたという被害は多い。その救済は、現行法の下では、公序良俗（民法第90条）や不法行為（民法第709条）等の一般的な規定に委ねられているが、これらの規定は要件が抽象的であり、消費者にとって、どのような場合にこれらの規定が適用されるかは必ずしも明らかではない。そこで、事業者が、消費者に当該契約を締結するか否かを合理的に判断することができない事情があることを利用して、当該消費者に不必要な契約を締結させたような事例について、契約の効力を否定する規定を法に設ける必要がある。

もっとも、その要件が不明確であれば、取引実務の混乱を招きかねず、また、当該規定が適用される可能性のある取引を事業者が回避することになりかえって消費者にとって不利益になりかねない等の指摘もある。そのため、規定を設けるとしても、その要件は、できる限り客観的な要件をもって明確に定めることにより、事業者の予見可能性を確保する必要がある。

(2) 具体的には、不必要な契約の典型例の一つである過量契約を対象とした規定を設けることが考えられる。

これを前提とすると、消費者が、過量な給付を受ける必要性がないにもかかわらず過量契約を締結するのは、それが必要な契約であるか否かを合理的に判断することができない事情がある場合であると考えられる。そして、事業者が、消費者に対して、過量契約に当たること及び当該消費者に当該過量契約の締結を必要とする特別の事情がないことを知りながら、当該過量契約の締結について勧誘し、それによって当該過量契約を締結させたことを要件とすれば、事業者が消費者の上記事情を利用した場合を捉えることができると考えられる⁴。

⁴ これを要件とした場合、消費者がレジに同種の商品を大量に持参しただけの場合や、家族が

- (3) また、上記要件を満たすのは、消費者が当該契約を締結する必要があるかを合理的に判断できない場合、すなわち、当該契約を締結するという意思表示に瑕疵がある場合であるという点において、法第4条第1項から第3項に定める類型と共通する。そのため、効果は取消しとすることが考えられる。
- (4) なお、当該規定の適用対象とならない被害事例については、当面は、公序良俗の規定や不法行為の規定による救済等を図ることとしつつ、更に事例の収集・分析を重ね、明確かつ客観的な要件をもって類型化することについて引き続き検討を行うべきである。

3. 取消権の行使期間（法第7条第1項）

取消権の行使期間のうち、短期の行使期間を1年間に伸長することとする。

[説明]

消費者契約法に基づく意思表示の取消権の行使期間について、現行法は、「追認をすることができる時から6箇月間」(短期の行使期間)、「消費者契約の締結の時から5年」(長期の行使期間)としている。不当な勧誘を受けて契約を締結し、取消権の行使期間を経過してしまう消費者は一定数存在⁵しており、不当な勧誘行為を受けて契約を締結した消費者ができる限り救済されるよう、取消権の行使期間を適切に伸長する必要がある。

他方で、法は、民法の定める場合よりも取消しを広く認めるものであり、契約の一方当事者である事業者の負担を考慮すれば早期に法律関係を確定させる要請もあることに鑑みると、伸長ををするとしても最低限度とすることが望ましく、短期の行使期間を1年間に伸長すべきである。もっとも、長期の行使期間を伸長した場合には資料保管といった事業者の負担も大きくなると見込まれることを踏まえ、現時点では、長期の行使期間は変更せず、短期の行使期間を伸長することが適当である。

何人いるか分からない消費者が食材を大量に購入していっただけの場合等は適用対象に含まれないと考えられる。

⁵ 「消費生活相談員に対するアンケート調査」(参考資料5)において、アンケートに回答した消費生活相談員の約40%が「契約してから5年以上経っていた」相談を、約35%が「騙されて契約していたことに気づいたときから6か月以上経っていた」相談を、約12%が「不退去・監禁(退去妨害)から解放されてから6か月以上経っていた」相談を、それぞれ受けた経験があるという結果となっている。

4．不当勧誘行為に基づく意思表示の取消しの効果

新民法第 121 条の 2 第 1 項の規定にかかわらず、消費者契約に基づく債務の履行として給付を受けた消費者が、消費者契約法の規定により当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消した場合であって、給付を受けた当時その意思表示を取り消すことができるものであることを知らなかったときは、当該消費者の返還義務の範囲を現存利益に限定する旨の規定を設けることとする⁶。

[説明]

消費者契約法の規定により意思表示が取り消された場合の消費者の返還義務について、現行法の下では、一般に、民法第 703 条が適用され、給付の時に取消原因があることを知らなかった場合には、消費者は現存利益の範囲で返還義務を負うことになると考えられる。これに対し、新民法第 121 条の 2 の下では、消費者契約法の規定により意思表示が取り消された場合、双方の当事者が原則として原状回復義務を負うことになる。しかしながら、消費者が原状回復義務を負うとすると、例えば消費者が受領した商品を費消してしまった場合、事業者の不当勧誘行為を理由に意思表示を取り消したにもかかわらず、費消した分の客観的価値を返還しなければならないことになり、その分の代金を支払ったのと同じ結果になってしまう。これでは、不当勧誘行為による「給付の押付け」や「やり得」を認めることにもなりかねない。

そこで、現状の規律を維持する観点から、給付を受けた当時、その意思表示が取り消すことができるものであることを知らなかった消費者の返還義務の範囲を現存利益に限定する規定を設けることが適当である。

5．事業者の損害賠償責任を免除する条項（法第 8 条第 1 項）

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。

[説明]

法第 8 条第 1 項第 3 号及び第 4 号は「当該事業者の不法行為により消費者に生じた損害を賠償する『民法の規定による』責任」の全部又は一部を免除する条項の有効性について規律している。しかし、法人の代表者による不法行為責任の規定が、消費者契約法の立法当時は民法に設けられていたものの、その後の民法改正により他の法律に規定されるようになったこと等を踏まえると、規律の対象を「民法の規定による」不法行為責任に限定すべきではない。

⁶ この規定については、新民法の施行と同時に施行されることとするのが適当である。

6 . 不当条項の類型の追加 / 消費者の利益を一方的に害する条項 (法第 10 条)

債務不履行の規定に基づく解除権又は瑕疵担保責任の規定⁷に基づく解除権をあらかじめ放棄させる条項を例外なく無効とする規定を設けることとする。

法第 10 条前段を改正し、これに該当する消費者契約の条項の例示として、消費者の不作为をもって当該消費者が新たな契約の申込み又は承諾の意思表示をしたものとみなす条項を挙げることとする。

[説明]

(1) 現行法の下では、法第 8 条又は第 9 条に規定するもの以外の消費者契約の条項が無効とされるか否かは、法第 10 条によって判断されているが、同条の要件は抽象的であることから、契約当事者双方の予見可能性を高め、紛争を予防する等の観点から、具体的な契約条項を無効とする規定を追加することが必要である⁸。このような規定としては、対象となる契約条項を例外なく無効とする規定と、対象となる契約条項のうち一定のものを無効とする規定の二通りが考えられる。

(2) まず、対象となる契約条項を例外なく無効とする規定については、個別の契約の類型や内容等に関わりなく当該条項を無効とするという効果を伴うものであるから、事業者の予見可能性を確保する観点から、消費者契約において類型的に信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものといえる契約条項を、具体的な要件をもって規定する必要があると考えられる。

この観点から、債務不履行の規定に基づく解除権又は瑕疵担保責任の規定に基づく解除権をあらかじめ放棄させる条項を例外なく無効とする規定を設けることが考えられる。このような契約条項は、消費者が、事業者に債務不履行がある場合や、事業者の行った給付に瑕疵があり、契約の目的を達することができない場合であっても、当該契約の拘束力から解放される術を奪うものであり、

⁷ 新民法の下では、債務の履行としての給付に瑕疵がある (新民法によると、契約の内容に適合しない) 場合の解除は、債務不履行に基づく解除の規定 (新民法第 541 条及び第 542 条) によって行われることになる (新民法第 564 条)。そのため、新民法が施行されれば、の規定もそれを踏まえたものとする必要がある。

⁸ 規定を設けることを検討することが考えられる具体的な契約条項の類型としては、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、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、③消費者の一定の作為又は不作为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、④契約文言の解釈権限を事業者のみに付与する条項、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、⑤本来であれば全部無効となるべき条項に、その効力を強行法規によって無効とされない範囲に限定する趣旨の文言を加えたもの (サルベージ条項) 及び⑥事業者の軽過失により消費者の生命又は身体に生じた損害を賠償する責任の一部を免除する条項等が挙げられる。

特に不当性が高い契約条項といえる。

- (3)次に、対象となる契約条項のうち一定のものを無効とする規定については、
(a)原則として無効として一定の要件を満たすもののみを有効とする規定と、
(b)一定の要件を満たすもののみを無効とする規定の二通りが考えられる。

ア このうち、(a)原則として無効とする規定を新たに設けるためには、具体的な消費者契約の条項の類型のうち、原則として無効といえる程度に典型的に不当性が高いといえるものを抽出する必要があるが、そのためには更なる事例の収集・分析を要すると考えられる。

イ また、(b)一定の要件を満たすもののみ無効とする規定についても、どのような要件を満たした場合に無効とすべきかを契約条項の類型に応じて具体的に検討するには、上記と同様の作業が必要であると考えられる。

そこで、現時点では、「一定の要件」は、法第10条の前段要件⁹及び後段要件¹⁰によることが考えられる。ただし、法第10条前段要件については、同要件に該当するか否かが一見して分かりにくい条項があるため、契約当事者双方の予見可能性を高め、紛争を予防する等の観点から、そのような契約条項を法第10条前段の要件を満たす契約条項の例として挙げることにより、要件の明確化を図ることが考えられる¹¹。

すなわち、法第10条の前段要件の内容は、賃貸借契約の更新料条項の有効性に関する最高裁判決（最判平成23年7月15日民集65巻5号2269頁）の判示¹²に従えば、問題となる契約条項が、当該契約におけるデフォルト・ルール（当該条項がなければ適用されるルール）と比較して、消費者の権利を制限し又は義務を加重するものであるというものになると考えられる。しかしながら、デフォルト・ルールが明文で規定されていない事項に関する契約条項が問題となった場合、消費者や消費生活相談員にとって、当該条項がデフォルト・ルールと比較して消費者に不利な内容となっているかを判断することは容易ではないと思われる。

そこで、そのようなデフォルト・ルールが明文の規定から必ずしも明らか

⁹ 法第10条のうち「民法、商法（明治三十二年法律第四十八号）その他の法律の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であって、」という要件の部分。

¹⁰ 法第10条のうち「民法第一条第二項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するもの」という要件の部分。

¹¹ この場合であっても、法第10条後段要件を満たした場合にのみ無効となる。

¹² 同判決は「任意規定には、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。」とした上で、「賃貸借契約は、賃貸人が物件を賃借人に使用させることを約し、賃借人がこれに対して賃料を支払うことを約することによって効力を生ずる（民法601条）のであるから、更新料条項は、一般的には賃貸借契約の要素を構成しない債務を特約により賃借人に負わせるという意味において、任意規定の適用による場合に比し、消費者である賃借人の義務を加重するものに当たるといふべきである。」と判示した。

であるとはいえない契約条項の例としては、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が考えられるが、その中でも無効となる可能性が比較的高いものとして、消費者の不作為をもって当該消費者が新たな契約の申込み又は承諾の意思表示をしたものとみなす条項を挙げることが考えられる¹³。

- (4) それ以外の契約条項の類型については、更なる事例の収集・分析を経た上で、典型的に不当性が高いといえるものを抽出し、対象となる契約条項を例外なく無効とする規定、又は、対象となる契約条項のうち一定のものを無効とする規定を設けることについて引き続き検討を行うべきである。

¹³ 典型的には、Aという商品を購入したところ、その契約に、特段の連絡がなければ全く関係のないBという別の商品の定期購入の契約を締結したものとみなすという契約条項があった場合のように、消費者が、何もしていないにもかかわらず、新たに債務を負うことになる意思表示を擬制されるような場合が想定される。

第3 上記以外の論点

1. 「勧誘」要件の在り方（法第4条第1項、第2項、第3項）

- (1) 「勧誘」要件の在り方に関しては、消費者の契約締結の意思の形成過程に瑕疵を生じさせたか否かが重要であり、その手段・方法は、必ずしも特定の者に向けたものでなければならぬわけではないと考えられる。その一方で、不特定の者に向けた働きかけは非常に多様であり、媒体並びに内容及び表現手法も様々であることに鑑みると、取消しの規律の適用の対象となる行為の範囲として、いかなるものを含めるかについて、現時点ではコンセンサスを得ることは困難である。したがって、取消しの規律の適用対象となる行為の範囲について、引き続き、事業活動に対する影響について調査するとともに、裁判例や消費生活相談事例を収集・分析して、検討を行うべきである。
- (2) なお、法の規定が適用された裁判例を見ると、「勧誘」に不特定の者に向けたものが含まれない旨を示したと考えられる裁判例がある一方で、「勧誘」に不特定の者に向けたものが含まれることを前提としたと考えられる裁判例もある。そこで、これらの裁判例の双方を適宜紹介しつつ、必ずしも特定の消費者に対する働きかけでなければ「勧誘」に含まれないというわけではないことを逐条解説に記載すること等により、事業者や消費者、消費生活相談員等に周知するとともに、当面は、現行の規定の解釈や具体的な事案におけるその適用を通じて対応することが考えられる。

2. 不利益事実の不告知（法第4条第2項）

- (1) 不利益事実の不告知（法第4条第2項）について取消しを認めた裁判例を分析すると、故意要件の充足を必ずしも明確に判断せずに取消しを認めた裁判例や、具体的な先行行為（利益となる旨の告知）を認定することなく取消しを認めた裁判例が見られるところであり、不利益事実の不告知を類型化して規律することが考えられる。
- (2) 故意要件が定められていることについては、消費生活相談において、事業者が不利益事実を「知らなかった」又は「わざとではなかった」と言い張ることであっせん交渉を拒絶するなど、あっせんの支障になっているという指摘がある。上記のような裁判例の現況や、利益となる旨のみが告げられ、それと結びついた不利益事実が告げられていない以上、全体として見れば誤った情報を提供したといえることを踏まえると、事業者の主観的要件について、故意要件を削除することのほか、故意のみならず過失又は重過失により不告知が行われた

場合に拡張することが考えられる。

また、先行行為要件については、不告知が許されない不利益事実の範囲を明確にした上で、同要件を削除し、特定商取引法と同様に故意の不告知による取消しを規定することが考えられるほか、先行行為要件を何らかの形で緩和することも考えられる。

- (3) 以上を踏まえると、不利益事実の不告知に関する規律の在り方については引き続き検討を行う必要があり、具体的には、不実告知の適用範囲との関係の整理を含めた類型化、事業者の主観的要件の削除又は拡張、先行行為要件の削除又は緩和等について、裁判例や消費生活相談事例を収集・分析し、事業活動に対する影響等も踏まえた上で検討を行うべきである。

3. 困惑類型の追加

(1) 執拗な電話勧誘

執拗な電話勧誘は、特に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た場合には、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ところである。他方で、特定商取引法において電話勧誘販売に関する規律が設けられていることから、一定程度の被害防止が図られていると考えられるところ、特に電話勧誘に特化した執拗な勧誘についての規律を困惑類型に追加することについては、特定商取引法の規律に加えて法に民事効を認める必要があるかどうか、電話勧誘販売における勧誘の在り方に関する今後の特定商取引法の運用の状況等を踏まえた上で、必要に応じ検討していくこととするのが適当と考えられる¹⁴。

(2) 威迫による勧誘

畏怖や恐怖までは生じさせていないこと等により、民法第96条第1項の強迫には該当しないが、客観的に人を不安にさせるような言動によって、消費者が、契約を締結しなければその勧誘から逃れられないと困惑して契約締結に及んでしまう被害事例が見受けられる。他方で、威迫による勧誘を困惑類型の新たな規律として設けるためには、何が取消事由となるかについて事業者の予見可能性を確保する必要もある。そこで、現行法上取消事由とされている不退去・監禁（法第4条第3項）に加えて、取消事由となる事業者の威迫行為の内容を明確にすることが求められる。困惑類型の新たな規律として、如何なる状況下において消費者に取消権を認め救済を図るべきか、問題となる事例に典型的に

¹⁴ 電話勧誘に限らない執拗な勧誘についての規律を困惑類型に追加するか否かについては、必要に応じて、裁判例や消費生活相談事例を収集・分析して検討を行うべきである。

見られる威迫行為の態様を抽出することが必要と考えられる。そのため、引き続き、裁判例や消費生活相談事例を収集・分析して検討を行うべきである。

4．不招請勧誘

不招請勧誘は、その不意打ち的な性質から消費者被害の温床になるなど様々な問題点の発生が指摘されているところである。中でも、消費者被害に発展するような不招請勧誘としては、その性質から、典型的には訪問販売や電話勧誘販売といった一定の態様による勧誘の場合が想定される。その一方で、法は、取引の種類や勧誘の態様にかかわらずあらゆる消費者契約に一般的に適用される。そのため、法に不招請勧誘に関する規律を設ける必要性があるか否かを含めて、訪問販売及び電話勧誘販売における勧誘の在り方に関する今後の特定商取引法の運用の状況等を踏まえた上で、必要に応じ検討していくこととするのが適当と考えられる。

5．第三者による不当勧誘（法第5条第1項）

現行法は、事業者と第三者との間の委託関係が認められる場合を取消しの対象としているが、いわゆる劇場型勧誘など、契約の相手方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悪質なケースがあることが指摘されている。もっとも、委託関係の立証の困難性については、裁判実務における事実上の推定の活用などによっても一定程度対処することが可能と考えられるところである。そのため、委託関係にない第三者による不当勧誘を新たな取消しの規律の適用対象に含めるかについては、引き続き、裁判例や消費生活相談事例を収集・分析して、検討を行うべきである。

6．「解除に伴う」要件の在り方（法第9条第1号）

法第9条第1号は「当該消費者契約の解除に伴う」損害賠償額の予定・違約金条項を規律しているものの、損害賠償額の予定や違約金条項を定め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であると考えられる。また、消費貸借における期限前の弁済時に違約金を支払う旨の条項（いわゆる早期完済条項）について、法第10条により無効とした裁判例もある。

他方で、早期完済条項に法第9条第1号の規律を及ぼすことにより、事業者が

提供する商品やサービスの内容設計や価格にどのような影響があり得るかは必ずしも明らかではなく、また、建物賃貸借における明渡遅延損害金を定める条項については、損害賠償額の予定ではない（いわば純粋な）違約罰としての側面もあることを考慮する必要がある。

以上を踏まえると、「解除に伴う」要件の在り方については、実質的に契約が終了する場合に要件を拡張することで、早期完済条項や明渡遅延損害金を定める条項を法第9条第1号によって規律することの適否を中心としつつ、違約罰についても「平均的な損害の額」という概念で規律することの適否も含め、引き続き検討を行うべきである。

7. 「平均的な損害の額」の立証責任（法第9条第1号）

- (1) 法第9条第1号における「当該事業者が生ずべき平均的な損害の額」及びこれを超える部分について、最高裁判決は、事実上の推定が働く余地があるとしても、基本的には、消費者が立証責任を負うものと判断した¹⁵。しかし、「当該事業者が生ずべき平均的な損害の額」はその事業者に固有の事情であり、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ことから、裁判や消費生活相談において、消費者による「平均的な損害の額」の立証が困難な場合もあると考えられる。

そこで、「平均的な損害の額」の立証に関する規律の在り方について引き続き検討を行うべきである。具体的には、「平均的な損害の額」が争われた裁判例について、事実上の推定に関する議論を踏まえつつ、最高裁判決の趣旨と射程を分析するのはもとより、当事者の攻撃防御や裁判所の訴訟指揮の実情・実態を把握することが必要であり、そのためにヒアリング等を実施することが適当である。また、消費生活相談事例の調査・分析も十分に行うことで、裁判実務のみならず消費生活相談においても使いやすいものにするための検討が必要である。

- (2) なお、法第3条第1項は事業者の努力義務として契約締結時における必要な情報の提供を定めているところ、同規定は、事業者と消費者との間に情報・交渉力の格差があることを踏まえ、消費者の理解を深めるために設けられたものである。この法第3条第1項の趣旨に照らすと、事業者と消費者との間で「平均的な損害の額」が問題となった場合にも、事業者は消費者に対して必要な情報を提供するよう努めなければならないと解される¹⁶。この解釈を逐条解説に

¹⁵ 最判平成18年11月27日民集60巻9号3473頁。

¹⁶ 民事訴訟法において、営業秘密等、文書の所持者がその提出を拒絶することができる事由があるとされるような場合（同法第220条第4号八）まで、その対象に含まれるという趣旨では

において記載すること等により、事業者や消費者、消費生活相談員等に周知することが適当である。

8．条項使用者不利の原則

契約の条項について、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、条項の使用者に不利な解釈を採用すべきであるという考え方を条項使用者不利の原則という。この原則について、現行の消費者契約法には規定がないものの、消費者と事業者との間には情報・交渉力の格差があることに鑑みると、条項が不明確であることによって複数の解釈が可能である場合、紛争が生じたときには消費者は事業者から不利な解釈を押し付けられるおそれがあるので、消費者の利益の擁護を図る必要があると考えることができる。また、条項使用者不利の原則を定めることは、事業者に対して明確な条項を作成するインセンティブを与えることになり、ひいては条項の解釈に関する事業者と消費者の間の紛争を未然に防止することが期待できる。

消費者契約法は、事業者と消費者との間に情報・交渉力の格差が存在することが、事業者と消費者との間で締結された契約において発生する紛争の背景となることが少なくないことを踏まえ、事業者の努力義務として、消費者契約の条項を定めるに当たって明確性に配慮することを定めており（法第3条第1項）条項使用者不利の原則は、同規定の趣旨から導かれる考え方の一つであるといえる。この点について、逐条解説の法第3条の解説において、ある条項についての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、当該条項の使用者に不利な解釈を採用することが相当と考えられる具体的な事例を紹介しつつ記載すること等により、事業者や消費者、消費生活相談員等に周知することが適当である。

また、条項使用者不利の原則を適用するに至る条項解釈のプロセスが必ずしも明確とはいえず、同原則が本来適用されるべきでない場合についてまで援用されるおそれがあるという事業者からの懸念を現時点では完全には払拭できないことから、同原則の要件や適用範囲を定型約款に限定すべきか等について引き続き検討を行うべきである。

9．その他の論点

中間取りまとめにおいて整理された論点のうち、「消費者」概念の在り方（法第2条第1項）や情報提供義務（法第3条第1項）断定的判断の提供（法第4条第

ない。

1項第2号)など、本報告書の「第2 速やかに法改正を行うべき内容を含む論点」及び「第3 上記以外の論点」に個別には記載されていない論点については、中間取りまとめにおいて取りまとめられたところに従い、後述する「おわりに」に記載しているとおり、今後の検討課題とすることが適当である。

また、法第5条第1項にいう「媒介」の意義や、法第10条後段にいう「民法第1条第2項に規定する基本原則」に反するか否かについての判断の在り方など、本報告書に個別には記載されていない論点であっても、解釈の明確化等が必要と考えられる論点については、中間取りまとめにおける取りまとめ内容及び本専門調査会の検討結果を踏まえた上で、逐条解説に記載すること等により、事業者や消費者、消費生活相談員等に周知することが適当である。

おわりに

本報告書において、まずは、速やかに法改正を行うべきとされた論点について、政府内における法制的な見地からの調整等を経た上で、速やかに改正法案を国会に提出すべきである。また、改正法案が成立した場合においては、解釈の明確化を図るとされている点も逐条解説に適切に反映するとともに、現行法の内容及び改正の内容をあわせて、消費者と事業者の双方に対して幅広く周知活動を行うことが重要である。

また、中間取りまとめに記載されている論点のうち、本報告書で速やかに法改正を行うべきとされた論点以外の部分については、今後の検討課題として、所要の調査・分析を踏まえて引き続き検討を行うべきである。今後の検討課題については、改正法案の立案及び国会における審議等も踏まえた上で、適切な時期に本専門調査会において審議を行うこととする。

消費者庁においては、改正法案の立案作業を着実にを行うとともに、今後の審議に向けて、裁判例や消費生活相談事例、事業活動に対する影響等についての更なる分析等を始めとした検討作業を行うことが必要である。また、国民生活センターにおいては、「総合的見地から国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行う」(独立行政法人国民生活センター法(平成14年法律第123号)第3条)組織として、消費生活相談事例の分析等の支援を行うことが重要であり、積極的に取り組むことが必要である。