

2007年9月13日

内閣府国民生活局消費者企画課 御中

あいち消費者被害防止ネットワーク
代表 杉浦市郎

「消費者契約法の評価及び論点の検討等について」 に対する意見書

本年8月20日に公表された報告書「消費者契約法の評価及び論点の検討等について」に対して当ネットワークは、以下のとおり意見を述べる。

第1 消費者契約の定義（2条）について

【意見】

事業者の定義を、個人事業者が個人として契約した場合を含まないように明確化したうえ、事業直接関連性に関する立証責任を事業者負担とする規定への改正がなされるべきである。

【理由】

個人事業者には「事業として」でも「事業のため」でもなく消費者として契約の当事者となる場面があり、これらはほんらい消費者としての契約として保護されるべきである。しかしながら、近年、個人事業者を狙いうちした悪質商法が激増しており、悪質事業者は消費者契約法による規制を免れる目的で、個人事業者に対し、個人としての契約であっても、契約書にことさら屋号を記載させるなどしたうえ「事業として」なされた契約であると主張し、消費者契約法の適用を拒む傾向にある。これに比して、個人事業者でもある消費者は、保護されるべき場合にも、法を知らずあきらめたり、立証が困難であったりして、その多くが救済されていない。このような実態を改善するため、個人事業者でもある消費者の立証の負担を軽減する必要がある。かつ法文の定義をより明確化することによって解釈の法的安定を図る必要がある。「事業者」とは「事業に直接関連する目的で取引する個人または法人その他の団体という」とするなどしたうえ、事業直接関連性に関する立証責任を事業者負担とする規定への改正がなされるべきである。

第2 情報提供義務（3条1項）について

【意見】

端的に事業者の情報提供義務を認める方向で改正すべきである。

【理由】

報告書は3条1項の事業者の情報提供努力義務の裁判例（施行前の事例についての大津地判H15・10・3）が同条の趣旨から事業者が信義則により適正な告知・説明義務を負うと判断したことを捉えて、「一定の機能を果たしている」

と評価しているが、この事案のみをもって同条項の積極的評価の根拠とすることには問題がある。同条項が努力義務にとどまっていること、法的効果が定められていないことなどから、本来であれば事業者の情報提供義務違反として端的に消費者契約法で救済すべき事案であるにもかかわらず、信義則など民法上の一般原則を持ち出さないと救済できなかつたものであり、消費者契約法に関連する裁判例が同報告書が把握している限り153件に及んだ中であって、他に3条1項が用いられている判例が存在しないことから、同条項の限界を示しているというべきである。契約内容が複雑化する現代にあつては、事業者による情報提供義務はますます重要なものとなっている。端的に事業者の情報提供義務を認める方向での改正がなされるべきである。

第3 「勧誘をするに際し」(4条1項ないし3項)について

【意見】

広告やチラシは「勧誘」に含めて考えるとすべきである。

【理由】

インターネット取引をはじめとする通信販売における広告・表示や商品・包装・容器への表示については、消費者がその情報によって契約締結の意思を形成していること、不特定多数向けの広告・チラシであっても、当該消費者がその情報によって契約締結の意思を形成している因果関係が認められる場合は、取消対象として捉えるべきであることから、広告や表示は「勧誘」に含めるべきである。

特にインターネット取引における広告・表示は、客観的に特定の消費者に働きかけているとはいえないものの、ほとんどの者が広告・表示を見て、商品購入やサービス提供の可否や是非を判断し、契約すべきかどうかを決めているのであるから、これが勧誘に含まれないとみるのは妥当でない。内閣府の限定的な解釈を維持せんがために、インターネット取引をはじめとする消費者被害の勧誘実態を見誤ることのないように注意すべきである。

第4 「将来における変動が不確実な事項」(4条1項2号)について

【意見】

断定的判断の提供の対象を消費者の財産上の利得に影響するものに限るべきかについて、両論併記のような表現となっているが、財産上の利得に影響するものに限定しないとすべきである。

【理由】

情報の質・量及び交渉力で消費者より優位にある事業者が、不確実な事項について確実であるとして勧誘すること自体、不実告知と同レベルに消費者の意思表示に瑕疵をもたらし得る不適切な勧誘行為といえるのであって、このことは断定的判断の提供の対象が消費者の財産上の利得に影響するものか、それ以外の事項であるかで特に違いが生じるものではない。

易学に関する裁判例では、第一審は「運勢や運命」といった財産上の利得以外の事項も断定的判断の提供の対象に含まれるとし、控訴審はこれに含まれないと

したが、控訴審でも結論として公序良俗違反により被害者救済を図っていることからすれば、端的に第一審のような法的構成で救済が図られるべく財産上の利得に関する事項に限定されないように改正すべきである。

第5 不利益事実の不告知（4条2項）について

【意見】

本条項においていわゆる先行行為及び故意の要件を相応に緩和すべきとしている点は評価できる。

【理由】

特定商取引法上の事実不告知による取消しには先行行為（不告知の前に消費者の利益となる事実を告げること）が必要とされていないこと、民法上の詐欺において不作為（沈黙）が欺罔行為となり得るとされていること、4条の他の不当勧誘行為に比べて消費生活相談件数が少ないのは故意の要件の厳格性に原因があると考えられることからすれば、先行行為は不要とし、かつ故意としては当該消費者に不利益な事実が存在することの認識で足りるとすべきである。

なお、このように解した場合、事業者において当該消費者に重要事項について不利益事実が存在することの認識があれば、取消が認められることになるので、事業者の情報提供義務が実質的にカバーされる面があるものの、それと情報提供義務の改正議論とは別途に検討すべきである。

第6 困惑類型（4条3項）について

【意見】

困惑類型について、現行法の不退去と退去妨害の2つだけでは、いわゆるつけ込み型の勧誘事例などに十分対応できないことを踏まえて、拡張すべき勧誘行為の類型化を検討すべきとしている点は評価できる。しかし、具体的にどのような勧誘行為を困惑類型として追加すべきかについてまで言及できていない点は不十分である。

具体的には、困惑類型として、当該消費者を威迫すること、当該消費者の私生活又は業務の平穩を害すること、当該事業者が当該消費者を心理的に動揺させること、当該消費者の知識の不足、加齢・疾病・恋愛感情・急迫状態等による判断力不足を知り又は知りうるため信義則上勧誘を行うべきでないにもかかわらず勧誘を行うこと、あらかじめ当該消費者の要請がないにもかかわらず次のいずれかの行為をすること（イ．当該消費者の住居又は勤務先を訪問すること、ロ．当該消費者の住居又は勤務先に対して、電話、ファクシミリ、電子メールを送信すること）、信義誠実の原則に反する行為を追加すべきである。

【理由】

現実の消費生活相談事例においては、電話による執拗な勧誘を受けたり、威迫的な言動により断れない状況下で消費者がやむなく契約させられた事例、高齢者や認知症の傾向者に次々過量販売をする事例が多く見受けられるが、これへの現実の対応策としては、特定商取引法において（クーリングオフは別として）事業

者が不実告知又は事実の不告知がある場合の取消、民法の公序良俗違反による解決が考えられる位であって、現行法上の困惑類型だけではほとんど対応できない。

困惑類型の取消事由として、事業者が消費者を威迫（畏怖させることまでは必要なく、不安感を与えたり戸惑わせたりすることで足りる）する勧誘形態を追加したり、事業者が消費者の私生活又は業務の平穩を害する勧誘形態を追加するなど、具体的に言及すべきである。また、適合性原則や不招請勧誘を、困惑類型の拡張の方向性の中で規制対象としようとするのであれば、どのような勧誘形態として規定するのかについても、一定の要件ないし基準を示すべきである。

第7 重要事項（4条4項）について

【意見及び理由】

契約を締結する動機にかかる不実告知の被害事例が多数見られること、民法上の詐欺・強迫及び公序良俗違反行為が適格消費者団体の差止請求の対象外であること、及び特定商取引法上の規定との対比から、重要事項について契約を締結する動機にかかる事項を含めて概念を拡張すべきとしている点は評価できる。

重要事項の定義付けとしては、「消費者が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」をいうとすべきである。

第8 取消権の行使期間（7条1項）及び法定追認（11条1項）について

【意見】

取消権の行使期間について、単に消費生活相談事例や裁判例の収集、分析をしながら検討するのではなく、被害事例などから現行法の取消期間が短すぎることを正面から認めたいうえで、これを延長すべきである。また、消費者契約法においては法定追認を排除すべきである。

【理由】

取消権の行使期間を形式的に適用したのでは被害救済が図られないことから、行使期間の起算点を柔軟に認定するなどの運用によって救済を図っている裁判例が挙げられているが、このような解釈は被害者救済のための技巧的なものであって、事業者の予測可能性も害するおそれもあることから、本来あるべき姿ではない。被害実態からして現行法の6ヶ月という行使期間が短すぎることを正面から認めたいうえで、端的に取消権の行使期間を延長すべきである。

また、易学事件の裁判例では、困惑類型の退去妨害について、易学院の部屋から退去した翌々日に授業料の一部を支払ったり、受講をしていることをもって「債務の一部の履行」と認定し、法定追認により取消が認められなかった（結論としては暴利行為による公序良俗違反により契約を無効としている）。これは、内閣府の解釈である消費者の物理的退去時を時効の起算点としたものと考えられるが、とりわけ本事案のように退去妨害状態が心理的に継続している限り、消費者の取消権の行使は期待できない。そこで、消費者契約法においては法定追認を排除すべきである。なお、民法上法定追認が排除されていないこととのバランスについては、消費者契約は典型的に法定追認に該当する行為が行われやすいことが

ら、消費者の取消権の実効性を担保するために、消費者契約法だけ法定追認を排除することも許容されるところである。

第9 消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等（9条）について

【意見】

9条1号の「平均的損害」の立証責任について、消費者に立証責任があるとした最高裁判決（学納金返還訴訟）を前提に、消費者の立証の困難性を緩和する方法を検討すべきこととなっているが、むしろ改正により立証責任は事業者に転換すべきである。

【理由】

学納金返還訴訟における最高裁判決の判断をもって「平均的損害」の立証責任が消費者にあるとの考え方が確定したと考えるべきではない。下級審において消費者契約法の目的や証拠の偏在を根拠に立証責任が事業者側にあるとした裁判例が少なくないことからすれば、9条1号の「平均的損害」の立証の場合は民事訴訟法上の立証責任の一般原則をそのまま適用できない事情があるというべきである。すなわち、消費者が一般に入手できる情報は、せいぜい当該業種における業界の水準レベルのものであり、当該事業者に生じる平均値の立証など現実には困難と言わざるを得ないことを裁判所も認めざるを得ないことを現している。そうすると、この場合には端的に立証責任を事業者に課することが合理的であり、またこのことが事業者に不当な負担を強いるものではない。

他方、仮に消費者側に立証責任があるとされた場合でも、何らかの形で消費者の立証の困難性を緩和しようとする姿勢は評価すべきものである。しかし、例えば民事訴訟法上の釈明権、文書提出命令、当事者照会などの制度が、訴訟の場では必ずしも十分に機能しないし活用されておらず、「相応の効果」が見込まれない現実があることからすれば、この点を必要以上に強調している点は賛同できない。

第10 当事者の利益を一方向的に害する条項（10条）について

【意見及び理由】

10条の前段要件について、非典型契約の場合においても10条が有効に機能すべき必要性は典型契約の場合と変わりがないことや不当条項の規定の趣旨からして、前段要件について明文の任意規定以外を根拠とすることにも合理性が認められるとして、前段要件を緩和しようとする点は評価できる。

具体的にどのような条項にするのかについて、「当該条項がない場合に比し、消費者の権利を制限し又は義務を加重する契約条項」という案もよいが、明文の任意規定以外も対象となること（非限定説）をより明確化すべく、端的に前段を削除すべきである。

なお、後段要件については、直接の言及はないが、民法上の信義則と同義に捉える必要性はないと考える。

第11 他の不当条項について

【意見及び理由】

不当条項リストを追加して充実させる必要性和有用性は十分に認められるものであって、裁判例によって無効が認められた条項や、裁判例はないものの現行法の解釈上明らかに不当性が認められる条項については、幅広く適宜リストに加えるという点は評価できる。

解除権・解約権を制限する条項

法定解除権があるにもかかわらず、消費者による解除をまったく認めないような解除権・解約権の制限条項は、現行法上でも明らかな10条違反であり、不当条項リストに加えることについて何ら問題ない。

専属的裁判管轄条項

専属的裁判管轄条項については、今なお多くの約款では事業者の住所地や営業所所在地に限定する条項が見られる。かかる条項は、専ら事業者の処理コストの軽減を図ったものであり、消費者が事実上出頭できない地域での応訴を余儀なくされる可能性が高い。確かに民事訴訟法17条による移送申立の制度もあるが、裁判官によって判断が異なること、本人訴訟などでは移送申立も事実上期待できない以上、本法の立法趣旨からして不当条項リストに加えるべきである。

仲裁条項

仲裁条項については、附則3条が機能している限りにおいては、不当条項化する必要性は少ないといえる。しかし、附則3条は「当分の間」の特例措置であることから、将来的にも消費者保護を徹底するためには、端的に不当条項リストに加えておくべきである。

第12 適合性原則について

【意見及び理由】

適合性原則を消費者契約法において導入すべきかどうかについて、高齢者や認知症の傾向のある者に対して不必要とも思える量及び性質の商品を購入させているつけ込み型の被害事例が多発している現状において、困惑類型の拡張のなかで対処することは一定の評価ができる。

しかし、困惑類型によってカバーされない適合性原則違反もありうるし、消費者基本法において適合性原則を事業者の責務として規定していることからすれば、消費者契約法でも正面から適合性原則を規定すべきである。また、適合性原則違反の効果については、適合性原則が消費者取引公序を創設したとみることから無効と解すべきである。

具体的には、「消費者の知識、経験、理解力、必要性、財産の状況に照らして不適當な消費者契約は無効とする」と規定すべきである。

第13 不招請勧誘について

【意見及び理由】

不招請勧誘については、定型的に私生活又は業務の平穩を侵害し、不意打ち的に契約させるやり方であるから、困惑類型を拡張するなかで対処することは一定の評価ができる。

しかし、困惑類型によってカバーされない不招請勧誘もありうるので、消費者契約法において正面から不招請勧誘を禁止規定とすべきである。不招請勧誘は私生活や業務の平穩を害して不意打ち的な勧誘によって消費者の自由な意思形成を害するおそれが高いものであり、消費者の自由な判断を保護する必要がある。不招請勧誘に関する調査結果では、不招請勧誘を望まない回答が9割以上、不招請勧誘によって勧められた商品やサービスを購入したくないという回答が9割以上となっている。不招請勧誘は、現行法の困惑類型や民法96条と整合性があるといえるので、民事効は取消とすべきである。

第14 その他の消費者契約法の実効性の確保

1 消費者団体訴訟制度の導入とその機能

【意見及び理由】

消費者団体訴訟制度の導入により、消費者契約法の実効化という側面（法実現機能）と判例により消費者法の形成・発展が媒介・促進されるという側面（法形成機能）があるという点を含めて、特に異論はない。

ただ、不当条項を明らかにし、消費者契約法の適用範囲を明確化するという役割は、適格消費者団体による訴訟における差止請求やその結果としての判例だけでなく、裁判外の差止請求権の行使や和解などの活動によっても担われていることを明記すべきである。

2 高齢者等の消費者被害の防止について

【意見及び理由】

つけ込み型勧誘をはじめとする悪徳商法のターゲットとなっている高齢者等に対して消費者被害の未然防止・拡大防止のために様々な対策を講じていることは望ましいことである。しかし、これらの対策だけでは十分とはいえないことから、成年後見・保佐・補助開始の審判がなされた場合は、その申立日から遡って1年間の契約等については無条件の取消権を認めるべきである。

3 消費者による立証の困難性について

【意見及び理由】

4条に定めるところの勧誘文言や勧誘態様等については、基本的に消費者が立証責任を負うとしながら、消費者による立証の困難性を軽減するという観点から、事業者にも事案解明義務ともいべき主張及び立証責任があるとしており、これについては一定の評価ができる。

以上