

「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

当NPO法人は、消費者契約に関する調査、研究、救済及び支援事業等を通じて消費者の権利擁護を目的として、改正消費者契約法の消費者団体訴訟制度を行使する適格消費者団体を目指している、消費者、消費者団体、消費生活相談員、学者、司法書士及び弁護士らで構成しているNPO法人です。

今般公表された国生審消費者政策部会消費者契約法評価検討委員会報告書につき下記のとおり意見を述べます。

1 消費生活相談の場での本法の積極的活用について

報告書7頁ではこのことが触れられていますが、同頁にも記載があるように、不当勧誘については、「言った」「言わない」の争いとなるなどして消費者に立証責任があることによって、事業者が居直り、取消が交渉の場面で認められていない現実があります。これについても改正の検討対象としてもらいたいですし、これに限らず、消費生活相談の現場で同法が活用できるよう種々の工夫をすべきです。

2 検討の視点について

報告書9頁では検討の視点が記載されていますが、何よりも消費者被害を実効的に予防・救済できるかどうかを基本に考えるべきです。事業活動を制約することによる社会的なコスト云々については、具体的にそれが何か、実際に発生するものなのか、消費者被害防止に不可欠な方策との対比において考慮すべき事項かななどを厳格に検討下さい。

3 「勧誘をするに際し」

現行法の解釈でも、勧誘には広告、インターネットなどが含まれると考えられます。これらが消費者の個別の意思形成に影響を与えるものであることは明らかなからです。この点で内閣府の解釈は間違っていますが、解釈に争いがあるのであれば、勧誘に広告等が入ることを明確にすべきです。具体的な事例としても、インターネットや通信販売は広告だけが判断手段ですし、通常の売買でも「小さくたためて場所をとらない」という広告を見て羽根布団を購入したが、買ってから小さくたたむには別売りの袋と器具が必要であったことが分かったとの勧誘事例があり、広告、表示などが消費者の意思形成に影響を与えるものであることは明らかですので、是非、勧誘に含めるべきです。

4 「将来における変動が不確実な事項」

プロがアマチュアに断定的判断を提供することが消費者の誤った判断を導くおそれがあるとして取消事由とされた立法趣旨からは、財産上の利得に関しないものでもこれに含めるべきです。具体的な被害事例としても、化粧品を使えばつるつるになる（化粧品を使わないとぼろぼろになる）、健康食品を飲めば絶対に痩せるなどの勧誘事例があります。

5 不利益事実の不告知・情報提供義務

一方で有利なことを告げることを要求する先行要件があるために使い勝手が悪いです。この先行要件を削除すべきです。また、故意の要件も立証が困難であり、消費者被害救済を妨げます。故意の要件も削除すべきです。具体的な被害事例として、携帯電話のポケット料の料金制度が十分情報提供されないために高額のポケット料の請求をされるといった事例があります。

また、事業者の情報提供義務を定め、同義務違反を取消事由とすべきです。

6 困惑類型

消費者の判断能力不足に乗じて次々と呉服などの高額な商品を買わせる行為、電話による執拗な勧誘、悪質リフォームなどの不要な工事を契約させる行為、家や職場に勝手にやってくる不招請勧誘など、現在生じている消費者被害のうちこの類型でカバーされるべきものが多くあります。これらの行為も困惑類型に加えて取消事由とすべきです。

7 重要事項

契約の動機がこれに入るかどうかが解釈で争いがあります。入らないとすると適用範囲が極めて狭く、消費者被害救済に極めて不都合です。具体的な被害事例としても、当分の間はモデルチェンジはないとしてこれが動機で新車を購入したが、契約から3週間後にモデルチェンジをしたなどの事例や、実際はないのに建物が耐震性に問題があると言われ、これが動機で補強工事をした事例があります。重要事項に契約の動機が入ることを明示すべきです。

8 取消権の行使期間・法定追認

6ヶ月の行使期間の制限は短すぎます。これによって被害救済が妨げられるおそれが大です。少なくとも短期3年、長期10年とすべきです。

法定追認についても消費者被害を妨げるおそれがあるので、適用しない旨が定められるべきです。具体例として、20代の息子が、街で女性に呼び止められ店に連れて行かれ、担当者数人に取り囲まれて怖くなり高額な紳士服の契約をし、6ヵ月後に半額の支払をしたものや、消費者が問題点を指摘した場合にクレジットの契約代金を減額して、新たに組み直してしまったなどの事例があります。

9 「当該事業者が生ずべき平均的な損害の額」の立証責任

これについては、事業者を負担させるべきです。当NPO法人でも結婚式場の解約料について検討をしましたが、どの程度前の解約であればどの程度の損害が発生するかについて事業者側の情報がなく、検討が極めて困難でした。このような場合に、学納金訴訟であったように、事業者がこの点について一切主張立証しなければ消費者・消費者団体がこの点を主張立証することは困難です。

10 消費者の利益を一方的に害する条項

典型契約かどうかで適用に差異があるのは極めて不都合ですので、10条の前段要件は削除するか、「当該契約条項がない場合に比し」とすべきです。同条項が一般条項として規定されていることによって、敷金問題の分野では極めて大きな消費者保護の成果があがりました。同条を真の一般条項とすべきです。

11 不当条項のリストの追加について

積極的に追加すべきです。報告書にあげられているものについてはすべて不当条項として規定すべきです。

12 適合性原則

困惑類型で述べたとおり、不要な商品、サービスを提供する、呉服売買契約、悪質リフォームなど、適合性原則を入れる必要性は大です。年金生活の高齢者宅を訪問し、次々に10件以上の布団の契約をさせるものや、若者がメールで知り合ったメル友からパーティーに誘われ、ネックレスや指輪の契約をさせられたなど、多数の被害事例があり

ます。是非，適合性原則違反の契約を無効とすべきです。

1.3 不招請勧誘

現在の消費者被害の多くは不招請勧誘によって生じています。例えば，エアコンクリーニングの無料サービスと称して家に上り込み2時間以上居座られて怖くなり，掃除機を購入したものや，職場への電話勧誘で1時間以上も粘られ断りきれず，次々に資格教材を購入したもの，キャッチセールスでエステ店に連れて行かれ，執拗に痩身エステを勧められ帰りたいと思いつつ仕方なく契約したなどの被害事例が多数あります。消費者が望まない限り勧誘が禁止されるオプトイン型の不招請勧誘規制を導入し，これの違反を取消事由とすべきです。