

平成27年9月11日

内閣府消費者委員会事務局中間取りまとめ等意見受付担当 御中

内閣総理大臣認定適格消費者団体
特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク
理事長 高 篤 英 弘（京都産業大学法務研究科教授）
〒604-0847京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町5
29番地ヒロセビル4階
電 話 075-211-5920
FAX 075-251-1003

消費者委員会消費者契約法専門調査会「中間取りまとめ」に対する意見

第1 はじめに

当NPO法人は、消費者の権利擁護を目的として、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、平成19年12月25日に消費者契約法13条の内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体である。

消費者契約法（実体法部分）は、平成13年の施行以来一度も改正されておらず、この間、現在に至るまで、高齢化、高度情報化といった変化に伴い、つけ込み型勧誘やインターネット上の不当な広告・不当条項等による消費者被害が増加してきた。同法が、こうした社会経済状況の変化に対応し、消費者被害の救済のために真に実効性ある法律となるよう、平成27年8月11日に公表された内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会による「中間取りまとめ」に対して、特に重要と考えられる事項について、以下のとおり意見を申し述べる。

第2 意見の趣旨及び理由

1 「勧誘」要件の在り方について（中間取りまとめ9頁以下）

（1）意見の趣旨

争いのあった「勧誘」要件について、不特定の者を対象とした広告や表示であっても、事業者が消費者に対して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誤認取消ができる旨の明文の規定を置くべきである。

（2）理由

消費生活相談事例等では、パンフレットやインターネットの不特定多数向けの広告や表示に掲載された不実告知に相当する内容を信じて契約した消費者の被害事例が少なくない。不特定の者を対象とした広告等であっても、事業者が消費者に対して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誤認取消ができることを明確にすべきである。

2 「重要事項」について（中間取りまとめ15頁以下）

（1）意見の趣旨

「重要事項」の列挙事由に、適用されるかどうか争いとなっていた「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」を付加すべきである。また、「重要事項」の列挙事由は、これに限定されないこと、及び消費者が契約するかどうかに影響を及ぼすことを例示した列挙であることを明示すべきである。

（2）理由

実務上、契約動機など契約締結の前提となる事項に関して不実告知がなされている紛争は極めて多く、これらの被害を救済する必要は極めて高い。

消費者契約法でも、特定商取引法6条1項6号と同様に、契約動機に関する事項も取消しの対象に含まれることを明確にすべきである。

また、「重要事項」の列挙事由を例示列挙とすることで、「消防署の方から来ました」といった「契約の締結を必要とする事情に関する事項」に含まれない事実に関する虚偽の告知がなされた案件にも対応できるようにすべきである。

3 不当勧誘行為に関するその他の類型・その1「（1）困惑類型の追加」について（中間取りまとめ17頁以下）

（1）意見の趣旨

不退去・退去妨害以外にも、①執拗な勧誘、②威迫による勧誘を困惑取消の対象とすべきである。

（2）理由

現行法の困惑取消は適用される範囲がせまく、執拗な電話・訪問勧誘や威迫的な言動で消費者を困惑させて契約させるといった、不退去・退去妨害と大差ない被害事例に対応できていない。これらについても困惑取消ができるようにすべきである。

4 不当勧誘行為に関するその他の類型・その2「（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」について（中間取り

まとめ20頁以下)

(1) 意見の趣旨

合理的な判断を行うことができない事情を利用して不必要な契約を締結させる、いわゆる「つけ込み型不当勧誘」について、契約を取り消せる旨の規定を設けるべきである。

(2) 理由

認知症、躁鬱病等の事情で合理的な判断ができない状況にある消費者を狙った消費者被害が極めて多い。高齢化が進む我が国において、高齢者が安心して暮らしてゆける社会にするためには、いわゆる「つけ込み型不当勧誘」被害を放置しておくことはできない。

5 取消権の行使期間 (中間取りまとめ24頁以下)

(1) 意見の趣旨

消費者取消権の行使期間を、少なくとも短期3年、長期10年とすべきである。

(2) 理由

消費者契約被害の相談現場では、「騙されて恥ずかしい等々と思い悩むうちに6か月以上経ってしまった」といった事案が存在する。また、マスコミ報道などが契機となって被害に遭ったことが判った時には「契約してから5年以上が経っていた」といった事案が存在する。こうした事例で消費者を救済するためには取消しが可能な期間を伸ばす必要がある。

6 不当勧誘行為に基づく意思表示の取消しの効果について (中間取りまとめ27頁以下)

(1) 意見の趣旨

消費者取消権を行使した場合の返還義務の範囲に関して原状回復義務を免除又は縮減する特別規定を設けるべきである。

(2) 理由

消費者が取消権を行使しても、提供された役務の対価相当額の原状回復義務を負担しなければならないのでは、契約上の対価の支払義務を負担しているのと同じであり、消費者は全く救済されない。不当勧誘行為を行った事業者の「やり得」「利得の押し付け」を許さないためにも、改正予定の民法の規定との関係でも、消費者契約法に基づく取消については原状回復義務を免除又は縮減する特別規定を明確に設けるべきである。

7 損害賠償額の予定・違約金条項について (中間取りまとめ31頁以下)

(1) 意見の趣旨

現行の消費者契約法 9 条 1 号の「平均的な損害」の主張・立証責任を事業者に転換することを明文で規定すべきである。

(2) 理由

その事業者に生ずべき「平均的な損害」は、通常はその事業者にしか知り得ない事柄であり、消費者に主張・立証責任を課すのは不可能に近い困難を強いるものである。他方で、事業者においては、自らの帳簿その他の内部資料によって平均的損害を主張・立証することは容易である。したがって、主張立証責任の公平かつ合理的な分担という観点から、「平均的な損害」の主張・立証責任を事業者に転換すべきである。

8 不当条項の類型の追加について・その 1 (中間取りまとめ 30 頁以下、36 頁以下)

(1) 意見の趣旨

少なくとも、下記の契約条項については、例外なく無効である旨の規定を設けるべきである。

- ア 生命・身体侵害の軽過失一部免責条項
- イ 消費者の解除権・解約権を放棄させる条項
- ウ 契約文言の解釈権限を事業者のみに与える条項

(2) 理由

- ア 生命・身体は最も要保護性が高い法益であり、生命・身体侵害の免責条項については、もともと合意による処分に適さない。
- イ 民法等で認められた消費者の解除権は、事業者が債務を履行しない場合等において消費者を契約から解放させる重要な権利である。この解除権を排除する契約条項は、消費者の重要な権利を奪うものである。
- ウ 事業者が契約条項の一方的な解釈権や契約適合性の判定権を認める契約条項が存在する場合、事業者が消費者に対する法的責任の存否や契約内容を自らの意思で決定できることになってしまい、消費者の地位は極めて不安定なものになってしまう。

これらの契約条項は典型的に信義則に反して消費者の利益を一方的に害する契約条項であり、かつ、有効とすべき合理的な場面を想定し難い。したがって、これらの契約条項はおよそ無効である旨の規定を設けるべきである。

9 不当条項の類型の追加について・その 2 (中間取りまとめ 30 頁以下、36 頁以下)

(1) 意見の趣旨

少なくとも、下記の契約条項については、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性が認められる場合を除いて無効である旨の規定を設けるべきである。

ア 消費者の解除権・解約権を制限する条項

イ 事業者が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

ウ 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

エ 当事者の権利・義務の発生要件該当性若しくはその権利・義務の内容に関する決定権限を事業者のみに付与する条項

(2) 理由

ア 民法等で認められた消費者の解除権を制限する契約条項は、消費者の重要な権利を制限するものである。

イ 事業者の解除権・解約権を新たに付与したり、緩和したりする条項は、消費者に対する事業者の契約責任を一方的に消滅させたり、緩和させる条項であり、消費者の地位は極めて不安定なものになってしまう。

ウ 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は、当該消費者の真意に反する法律効果が擬制された場合には当該消費者に予期せぬ不利益を与える。

エ 当事者の権利・義務の発生要件該当性若しくはその権利・義務の内容に関する決定権限を事業者のみに付与する条項は、契約の一方当事者が他方当事者に対する自らの法的責任の存否や範囲の決定に関与できることになる点において、消費者の地位を極めて不安定なものにする。

これらの契約条項は典型的に信義則に反して消費者の利益を一方的に害する契約条項である。もっとも、個別具体的な契約条項としては、多様なものがありえることから、原則として無効としたうえで、当該条項が消費者に与える不利益を上回る業務上の必要性・相当性を事業者が明らかにした場合には有効とすることが合理的である。

以上