安田火災記念財団叢書No.54

消費者契約法立法の論点

講演　東京大学教授　落合誠一氏

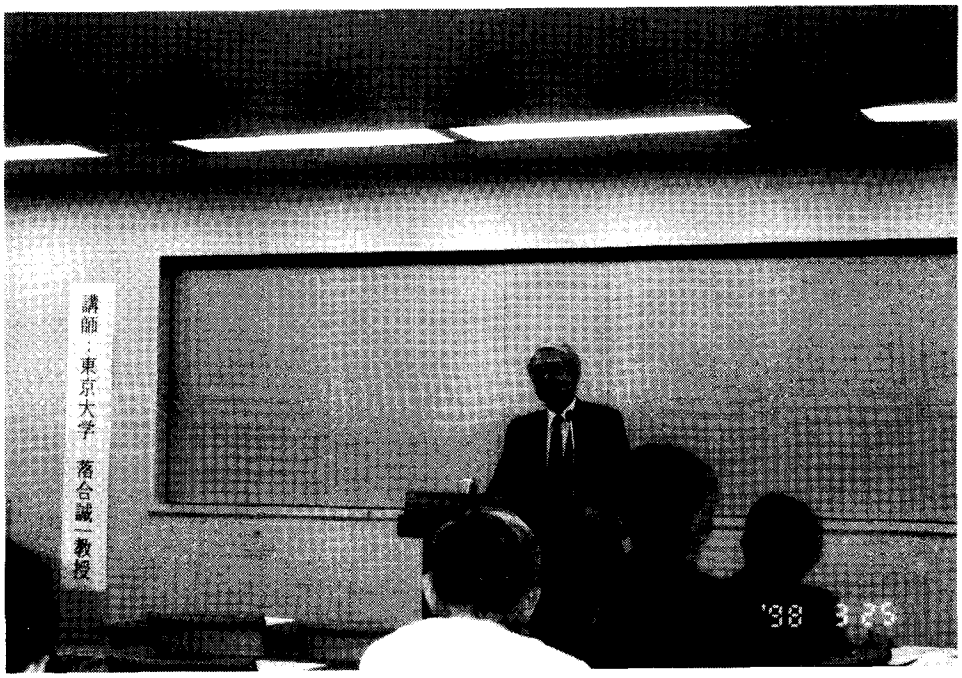
日時　平成10年3月25日（水曜日）
午後3時より午後5時

会場　安田火災海上本社ビル38階会議室
（東京都新宿区西新宿1－26－1）

平成10年6月

財団法人安田火災記念財団

講演中の落合教授



目　次

１．はじめに ---------- 1

２．消費者契約法の必要性 ---------- 2

（１）契約に関する消費者紛争の深刻化 ---------- 2

（２）現在の対応の問題点 ---------- 3

（３）必要とされる対応策 ---------- 4

３.消費者契約法立法の内容 ---------- 6

（１）本法の適用範囲･対象 ---------- 6

（２）契約締結過程の民事ルール ---------- 7

１.情報提供義務違反契約の取消 ---------- 7

２.威迫･困惑勧誘契約の取消 ---------- 10

３．不意打ち契約 ---------- 11

（３）契約内容の民事ルール ---------- 12

１.不当条項に関する民事ルール ---------- 12

a　不当条項の無効 ---------- 12

b　不当条項の定義 ---------- 12

c　不当条項の評価方法 ---------- 13

d　不当条項のリスト ---------- 15

２.契約条項明確化等の民事ルール ---------- 17

a　契約条項の平易･明確化の要請 ---------- 17

b　契約作成者不利の原則 ---------- 17

（４）本法と民･商法，業法との関係 ---------- 17

（５）本法の適用除外 ---------- 19

４．消費者契約法のメリット ---------- 19

ー消費者のメリット、事業者のメリットー

５．今後のスケジュール ---------- 21

６．むすび ---------- 21

「質疑応答」 ---------- 22

資料：消費者契約法（仮称）の具体的内容について［ 平成１０年１月２１日］

ー国民生活審議会消費者政策部会中間報告ー（概要） ---------- 29

司会　これから講演会を開催させていただきます。

本日の講演会は、「消費者契約法立法の論点」というテーマで、東京大学の落合先生に講師になっていただきまして開催いたします。国民生活審議会消費者政策部会では、このたび「消費者契約法の具体的内容について」と題する中間報告を公表しました。規制緩和が進みますと、自己責任が強く求められることになりますが、その反面、知識に乏しい消費者を悪質な取引から保護する法制度も必要であり、消費者保護法の制定が強く求められております。特に、高齢者関係、障害者関係、こういった福祉の分野でも消費者保護法の制定を強く求めているようでございます。

本日講師をお願いしました落合誠一先生は、当財団の評議員をお願いしており、この中間報告を取りまとめられた消費者政策の部会長も務めていらっしゃいますので、この問題については最も適した講師ではないかと存じます。

約１時間半前後の講演と質疑を30分ぐらいお受けするというかたちで始めたいと思います。

先生、よろしくお願いします。

１．はじめに

落合　ただいまご紹介いただきました落合です。１時間半ばかり消費者契約法の論点について説明をいたしまして、後で質問をいただきたいと思っております。レジュメをお配りしていると思うんですが、大体このレジュメに沿った順序でお話をしようと思っております。（目次参照）

今年は消費者に関連した法規制という点では、非常に記念すべき年であるということになります。といいますのは、消費者保護基本法というのが昭和43年に制定されまして、まさに30年たったということになるわけであります。

消費者保護基本法というのができて、これを土台にして、消費者に関連した法規制がいろいろ積み上げられてきているわけであります。たとえば、昭和46年には宅地建物取引業法、昭和47年には景品表示法、割賦販売法、昭和48年には消費生活製品安全法、消費者保護基本法を土台にして、こういったいろいろな消費者に関連する法規制というものができ上がってきた。そのなかでも一番画期的なのは、平成６年に制定された製造物責任法であります。製造物責任法は非常に画期的であったわけですけれども、これは基本的に物に関する消費者被害、あるいは被害の防止、救済ということを目指した包括的な民事ルールを定めたものであります。

このように、30年たちまして、いろいろ消費者に関する法規制というものが積み上がってきているので、我が国もそういう意味では相当な水準にきたというふうにも思われるわけなんですが、実際のところは、現在、消費者被害、トラブルの件数等を見ますと、数が減少しているということはなく、さらに数が増えているという状態になるわけであります。その消費者のトラブルの中身は、実は契約に関連したトラブルというものが多くて消費者が悩んでいるという状況があるわけであります。

消費者に関する法規制について、従来は消費者保護法というとらえ方があったわけですが、最近は消費者は保護されるだけの対象ではない、自立した一個の存在としての自己責任が求められる社会、あるいはそういう社会を目指すということになってまいりますと、消費者保護法ということではなく、消費者法というふうにとらえ直すべきではないかという議論が法律学者の間ではあるわけであります。

消費者法に関するものができているにもかかわらず、消費者の契約関係のトラブルというのが非常に深刻な状態にあり、その原因は何だろうかということ、その原因を把握したうえでいかなる効果的な対策が考えられるかということ、本日はこの２つの点についてお話をさせていただきたいと思っております。

2. 消費者契約法の必要性

(1)契約に関する消費者紛争の深刻化

消費者契約法の必要性ということについてもう少し検討してみたいと思いますが、お手元に配られておりますレジュメの次に、本年の１月に発表されました「国民生活審議会消費者政策部会中間報告の概要」があるかと思います。この概要の16ページをお開きいただきたいと思います。16ページに平成元年から平成８年までの「国民生活センター・消費者生活センター等における相談受付件数の推移」というのが出ております。これを見たらわかりますとおり、一貫して相談受付件数は増加している。そのうちの契約に関連したものというのが斜線の部分でありまして、実に８割近くが契約に関連したトラブルということになっており、年々増加傾向を示しているということになるわけであります。ここからわかることは、消費者トラブルといえば、契約に関連するトラブルであるということになるわけでありまして、そういう意味では、製造物責任を導入する際にはいろいろ議論があったわけですが、製造物責任に関連する消費者の苦情は契約に関する苦

情に比べると非常に微々たる数になっているわけであります。しかも、このように非常な数で増加しているという状況がありますと、何らかの手を打たないと、これは国民にとっても非常に困ることであるというわけであります。

(2)現在の対応の問題点

そこで、国民生活審議会の消費者政策部会で、消費者の契約に関するトラブルが深刻な状況にあることの原因はどこにあるのか、その原因を明らかにしたうえでその対応はどうあるべきか、こういうことについて調査、検討をいたしまして、それが平成８年12月に国民生活審議会消費者政策部会報告というもので出されております。ご出席の皆さんのなかでこれをご覧になった方がおられるかもしれませんけれど、平成８年12月の報告というものが、いまの現状を分析し、その対応について提言をするというものであります。

国民生活審議会といっても、おわかりにならない方もあるかと思いますので、国民生活審議会について若干説明をいたしますが、国民生活審議会というのは、消費者法の基本になる消費者保護基本法というものに基づいて設置されている審議会であります。消費者保護に関する基本的な事項の調査・審議・答申を行うこと、これが消費者保護基本法で定められている国民生活審議会の任務ということになるわけであります。国民生活審議会の委員は内閣総理大臣が任命するということになっております。各省に置かれる審議会の委員は当該官庁主管の大臣が任命するわけでありますが、国民生活審議会の場合は内閣総理大臣が任命するということで、消費者問題というのはそれぞれの官庁の枠を超えた横断的な内閣全体で取り組むべき問題であるという認識のもとに置かれているのが国民生活審議会というものであるということです。国民生活審議会はこれまでいろいろな検討をしてきまして、製造物責任法についても、これをつくるべしという提言を行ってまいりました。現在、消費者のトラブルといえば、契約に関連するトラブルがメインであり、しかも深刻化しているという状況に対して、国民生活審議会としても、当然これを取り上げるということになったわけでありまして、平成８年の12月に報告を出しているということであります。

この報告の内容を簡単に申し上げますと、年々契約に関する苦情が増え続けているのは、現在の対応に何か欠陥があるのではないかということが推定されるということになるわけであります。契約関係のトラブルの主たる原因というのは何かということをいろいろ検討したわけですが、まず第１に、契約に関する消費者のいろいろな問題に対する対応の体制が非常に個別的、断片的である。もうちょ

っと具体的に言うと、宅地建物取引業法というものがあり、宅地建物取引に関連した消費者の取引の部分についてはそれなりの対応ができているわけです。そういう意味では、個別的な業法の網がかかっている部分はまあまあの水準が確保されているんだけれども、実は業法の網のかからない部分がたくさんあるということであります。従って、現状は隙間がいっぱいあるようなかたちになっているということになるので、隙間のところで悪徳商法や新手ないかがわしい商法が横行してくることになるわけであります。

第２としては、どうしても後追い的な対策にならざるを得ない。たとえば割賦販売法ですと、割賦販売法の対象になるものを列挙していくというかたちになるので、いろいろな問題があって、これは何とか手を打たなければいけないということになって初めてその列挙に挙げられるというかたちで、どうしても対応が後追い的になるということがあるわけであります。

さらに重要な問題としては、契約に関連していろいろトラブルがあったときに、そのトラブルを解決するルールというものが非常に不明確な状態にあるということであります。これには基本的に、民法の信義則や公序良俗違反という一般原則を定めた規定がありますが、信義則や公序良俗違反というものを使って契約関係上のトラブルに対応するということになるわけですけれど、これは一般条項ですので、その点については判決の集積が非常にあってそれなりに具体化されているということがあれば非常にいいわけなんです。遺憾ながら、消費者の契約に関しては、信義則や公序良俗違反の具体的な適用を示した裁判例は極めて少ないということになるわけであります。そうしますと、事業者の方も消費者の方も、契約に関してトラブルがあったときに最終的に裁判になったらどうなるのだろうか、つまり法の適用で処理をしたらどうなるのだろうか、こういうことを考えたときに、非常に結果が読めない、訴訟をやってみなければわからない、こういう状態があるわけであります。これは契約関係の民事ルールが非常に不明確な状態にあるということを意味するわけであります。

従って、非常に対応に漏れがあり、かつ後追い的な規制になっているうえに、紛争を処理する物差しとなるべき民事ルールが非常に具体性に欠けているために予測可能性というものが非常に低い。これが現在我が国で消費者の契約に関する被害が深刻化している主要な原因ではなかろうかと判断したというわけであります。

（３）必要とされる対応策

そういう原因に対して有効な対応をしようということになりますと、個別的な規制ではなく、包括的な規制をする。つまり、事業者であれば、すべて網の目をかぶせる、漏れがないかたちの包括的な規制というものを考える必要があるということであります。これが包括的な民事ルールの必要性ということでありまして、これによって隙間が出る、後追い的になるという部分を抑えようということであります。それから、契約関係の民事ルールが非常に不明確であるという点、この予見が十分できるような具体的な民事ルールに変える必要があるのではないかということであります。従って、現在の非常に深刻化した問題に対する一つの有力な対応としては、包括的かつ具体的な民事ルールを制定するのがいいのではないか、これが国民生活審議会の消費者政策部会の平成８年12月の報告の骨子であります。従って、報告では、包括的で具体的な民事ルールを設けるべきであるという提言をしたわけであります。現在は非常に深刻ですので、早急にそういうものをつくるべきであるという提言をしたわけであります。

実感としては、契約に関する問題を何とかしろという国民的な運動にはなっていないということがあるわけです。契約という問題は、それぞれ個々の消費者ごとのトラブルということで、集団として何らかの対応を求めるという共通の被害ということはない。たとえば悪徳商法でも、全国的な被害を巻き起こしたというものについては、それなりの組織化が行われて何とかしてほしいという声が出てくるわけでありますが、大半の消費者の契約に関するトラブルというのは、非常に個人的な問題にとどまっている。まとまって何かの対応を求めるということがしにくい紛争であるということがあるために、なかなか目につくかたちで何とかしてほしいという声が一つになってこないという面があるわけであります。製造物責任の場合は運動してもかなり広がりのあるかたちだったわけですが、契約の問題というのは運動として組織しにくいということもあると思います。従って、非常に先行するというかたちであります。しかし、現実は非常に深刻な事態になっているわけであります。

これに対して、包括的な、しかも具体的な民事ルールを早期に制定する必要があるという提言がありましたので、この提言を受けるかたちで、国民生活審議会としては消費者政策部会というものを置きまして、包括的、具体的な民事ルールの内容を詰めようという作業を去年いっぱいやったわけであります。その検討の結果が、本年の１月に発表された中間報告ということになるわけであります。この中間報告が出るまでの経緯というのは、以上のような流れがあるわけでありまして、そういう意味では、国民生活審議会としては数年にわたってこの問題を検討してきて、今年になってようやく包括的、具体的な民事ルールの基本的な骨組みを提示できる状態になったということでございます。

3. 消費者契約法立法の内容

(1)本法の適用対象・範囲

次に、消費者契約法の具体的な内容という点に入りたいと思います。具体的な内容ですが、まず消費者契約法の適用対象・範囲という問題についてお話をしたいと思います。概要では、２ページから３ページにかけてなんですが、２ページからいきますと、「消費者契約法の目的」というのが掲げられております。これは消費者契約法のメリットのところでもう一回触れたいと思いますが、３ページに「消費者契約法の適用範囲」というのがあるわけであります。消費者契約法は、消費者と事業者の間で締結されるすべての契約、これを消費者契約と呼ぼうというわけでありますが、そういうすべての消費者契約を対象とする、これが適用範囲を定めている部分であります。これはどういうことかというと、消費者と事業者とは何かということが理論的に定義される必要があろうということになるわけです。法律の適用範囲を明確にするためには、それぞれの意義を確定する必要があるわけです。

消費者の定義の要件は、第１として、消費生活において事業に関連しない目的で行為すること、第２として、自然人であること、この２つの要件で消費者の範囲を画していこうということになっているわけであります。事業目的で契約を結ぶということはまさに事業者の問題になりますので、消費者というのは事業目的ではなくて契約を結ぶというのが第１の要件であります。第２の要件としては、自然人というものに限ろうということにしているわけであります。理論的には、消費者と事業者を比べた場合に、一般的には情報量や交渉力に格差があるということがあるわけなので、その格差を埋めようというのが基本的な法律のねらいということになるわけです。そうだとすると、事業者のなかにも非常に弱い事業者と強い事業者というものがあり得るわけであります。事業者ということになれば当然、自然人に限らず、法人も入ってくるわけです。弱い事業者や強い事業者という基準も含ませるということが考えられるわけですが、この法律ではそこまでは広げないということで、第２の要件にして自然人に限定した訳です。生身の人間として登場するものを消費者というふうに押さえようではないかということであります。従って、法人はここから除外されるということになるわけであります。

事業者というのは、事業に関連する目的で取引をする。そして、これは自然人に限らず、法人や団体であってもいいということになるわけであります。そうい

う消費者と事業者の間で契約が結ばれれば、それはすべて消費者契約であって、この法律の対象にしていこうということになります。現在の体制の欠陥である個別的、後追いという部分については包括的に網をかぶせるという点は、すべての消費者契約を対象にするということによって実現されるだろうということであります。その結果、自然人であって、事業目的でない局面で契約を結ぶという場合は、すべてこの法律がカバーするということになりますので、非常に広い範囲で適用範囲が及ぶということで、隙間のないかたちで包括的に網をかぶせるということが実現できるわけであります。

後でも触れますけれど、包括的に網をかぶせるということが原則でありますが、網をかける必要はないという部分もあるだろうということになりまして、それについては適用除外というものを考えていこうということになるわけであります。適用除外についてはまた後で触れることにいたしますが、消費者契約であるならばすべてをカバーするということになりますので、非常に広い範囲をカバーするということになるわけであります。

消費者契約であればすべてこの法律の民事ルールの規制のもとに置こうということですが、その具体的な民事ルールの中身はどうかということになります。これは大きく分けて２つのグループに区分けできるわけであります。まず契約を締結する過程における民事ルールというもの、もう一つは契約が締結された後の民事ルールというもの、この２つに分けてルールが定められているわけであります。私のレジュメでは、３の（２）が契約締結過程の民事ルールというグループでありますし、もう一つは３の（３）の契約内容の民事ルールというグループということになるわけであります。

（2）契約締結課程の民事ルール

1．情報提供義務違反契約の取消

まず、契約締結過程の民事ルールというものについて説明したいと思います。概要の３ページの３の（１）に「情報提供義務・不実告知」とあります。消費者契約を結ぶに当たって、事業者には情報提供義務を負ってもらおうということであります。一般的な情報義務というものを課したうえで、その情報提供義務に違反があった場合の法律上の効果としては、契約の取消権というものを与えよう、こういう構造になっております。従って、情報提供義務に違反があった場合、消費者は当該契約を取り消すことができるということです。書き方としては、一般的な情報義提供義務を課すということを正面から書いていないわけですが、その

違反があれば取消権が与えられるということになっているので、情報提供義務が一般的に存在するということを前提にしている書き方になっているわけであります。消費者の契約に関するトラブルのなかで、契約締結過程のトラブルというのが非常に多いわけなんです。比較すると、契約内容より契約締結過程のトラブルの方が数量的には多いということになるわけです。従って、契約締結過程についても、包括的かつ具体的な民事ルールを定める必要があるという考え方から、情報提供義務というものを課そうというふうにしたわけであります。

情報提供義務といっても、一切の情報を提供しろというのは明らかに不必要なものを含むわけでありまして、合理的な範囲内で情報提供義務を要求するということになるわけです。その範囲については、３ページの四角のなかにありますように、「契約の基本的事項その他消費者の判断に必要な重要事項」ということでありまして、あくまでも重要性という絞りがここにかかっているわけであります。消費者が契約を結ぼうと思ったときに通常の消費者であれば非常に重要な要素であると思うような事柄は情報を提供しなさい、こういうことになるわけです。重要な事項というものが一つのキーワードでありますが、非常に煩瑣でコストのかかるものまで何でも情報提供しろというわけではありません。本当に基本的に必要な部分について情報提供がなされなければいけないんだという考え方に基づいているわけであります。

重要な事項というものに関して国民生活審議会の消費者政策部会で議論等をしておりましても、一部の業界の方々からガイドラインをつくってくれると非常にありがたいという話が出てくるわけであります。これはある意味で非常によくわかるわけでありますが、いまは役所と業界のもたれ合いというようなことが問題になっている時世であります。言いかえれば、業界も自分の自主的な判断でビジネスを行っていき、その一つのガイドラインみたいなものをつくって、みんなで渡れば怖くない、あるいはみんな渡れば安心だ、こういうスタイルの経営というものとは決別していかなければいけないということであります。従って、いかなる情報を提供してビジネスをやっていくかというのは、経営者にとって非常に重要な経営判断、あるいは経営決定要素であります。この法律では、何かのガイドラインをくっつけてみんなでこれを守りましょうということは考えておりません。それぞれの事業者が自分たちの判断で考えられたものを提示していく。非常に細かい情報を出すというかたちで販売力を伸ばしていこうと考える企業は、非常に細かいところまで情報を提示するというかたちでやるかもしれません。基本的な部分だけの情報提供だけをして、後は別途のサービスで対応する。いろいろ経営のやり方があるわけで、その経営のやり方は事業者の自己責任ということになるわけであります。そういう意味では、ガイドライン的なものがくっついたかたち

の重要事項というのは、この法律では考えていないということになるわけであります。これは、事業者の創意工夫、あるいは経営者の創意工夫、こういうものが要求される部分だということになるわけであります。

それから、重要な事項を提供したかどうかという判断は非常に難しいのではないかということについては、微妙なケースというものが十分考えられるわけでありまして、この限界事例は判断が難しいということも十分考えられます。しかし、あらゆる問題について限界事例が存在するわけでありまして、何もこの局面だけではないわけであります。私が思うには、自然人という我々というのは、たとえば企業に勤めていても、消費生活という局面ではまさに消費者でありますので、我々はすべて消費者であるということです。消費者である自分が事業者との間である契約を結ぼうと思ったときに、一体どういう情報を提供してくれればこういう契約を結ぶか結ばないかという判断ができるだろうか。ここにご出席の方々それぞれが、消費者としてどういう情報がほしいか。我々を含めた消費者がほしいと思う情報が、まさに重要事項であるということになるわけであります。専門的なエキスパートが判断した場合の基準とは違って、通常の消費者を基準にして重要かどうかを決めていくということであります。従って何か重要な事項かの判断は、それ程むずかしくないと考えておりまして、この辺のところは何とかうまくワークしていくのではないかと思っております。

同時に、これを細かく書こうということになると、消費者契約のすべてを網にかぶせようというのが原則ですが、消費者契約にはいろいろなタイプがあるわけです。たとえば、投資のためにワラントを買おうという、かなり高度の金融商品を購入しようという消費者契約の場合もありますし、八百屋さんに行って大根を買うのも消費者契約であります。重要事項といっても、すべての消費者契約をカバーするかたちは困難であるということになるわけであります。結局は、それぞれの消費者契約の特色というものを考えつつ、重要事項というものがおのずと定まってくる。現に、定まっているというふうに思うわけであります。たとえば、私が八百屋さんで大根を買うときに、この大根はどこの産地で、何日ぐらいたっていて、どのぐらい有効か、こういうことの説明を書面でもらうということはないわけであります。そういうことをしなかったら情報提供義務違反か、そういう馬鹿な話はないということであります。そういう意味で、ここは通常の市民の常識を基礎にして重要性の有無を判断するということになろうかと思っております。

情報提供義務に違反した場合は取消権を与えるということになっていますが、情報提供義務に違反した場合に損害賠償請求できないだろうか。たとえば、変額保険に関する訴訟が非常に多いわけですが、裁判所の判決では、説明義務違反というものを認めて損害賠償も認めるということであります。しかし、取消権しか

与えていないというふうに見てはまずいということになるわけであります。私のレジュメの３の（４）の「本法と民・商法との関係」ということでもう一回触れようと思いますが、情報提供義務に違反したことで、同時に民法での不法行為に基づく損害賠償請求の要件が充足されれば、請求ができるわけですけれど、その要件として違法性というものが必要だというふうに考えられます。そして消費者契約法での情報提供義務に違反した場合であると、恐らく不法行為の成立要件としての違法性も満たすという場合が多かろうと思われます。従って、この法律自体には取消権ということしか書いていないんだけれども、この法律の土台になっている民法上認められる損害賠償請求権が排除されるわけではないということです。

これが情報提供義務ということなんですが、こういう法律を設けるという基本的な目的は、消費者と事業者との間には情報力の格差があり、その格差を極力埋めて消費者にも自己責任を問う前提を整えようということであります。従って、情報格差を埋めるという法の目的からして、情報提供義務は非常に重要なルールであるということになるわけであります。これは突然この法律ができて新たに認められたというものではなく、先ほど触れた変額保険のケースを見ても、裁判所は情報提供義務、あるいは説明義務という表現を使っておりますけれど、こういう義務が信義則上認められるんだということを言っているわけであります。そういう意味では、すでに裁判所で認められている情報提供義務というものを明文ではっきりさせるということでありまして、新たな義務が設けられたわけではないということであります。

それぞれの消費者契約の個性に従って情報の範囲も違ってきますし、書面で必ずやらなければいけないということもないわけであります。むしろ、口頭でないとワークしない場合もあります。たとえば、我々が電車に乗る場合に書面を要求されるということになりますと、いちいち改札口で書面を渡すのかということになるわけで、運送契約という大量の消費者契約を処理するのは不合理なわけであります。こういう場合は別途、いろいろな手段で情報提供義務を果たせばいいわけであります。情報提供義務の方法についても、それぞれの事業者の判断、社会的な常識というものによっておのずと決まってくるということで、これでなければいけないということは決めていないわけであります。これが情報提供義務ということでありまして、取消権を与えようというのが、第１の契約締結過程における民事ルールということになります。

２．威迫・困惑勧誘契約の取消

契約締結過程における民事ルールの第２ですが、これは概要ですと４ページです。威迫、困惑による勧誘がなされて契約が結ばれた場合、これにも取消権を与えようというルールであります。民法だけですと、契約を取り消せる場合は非常に限定されております。威迫、困惑との関連で問題になるとすると、まず詐欺があった場合には民法上契約を取り消すことができるということになるわけです。それから、強迫というものが民法でも認められておりまして、強迫があった場合も取り消すことができるということになるんです。しかし、裁判例や学説等を見てみると、民法で詐欺や強迫に当たる場合は悪質度の度合が高く、相当限定された場合に詐欺や強迫が民法上認められます。

しかし、我々が実際に契約を結ぶ場合、詐欺や強迫などの悪質度の非常に高いレベルのものには到達しないんだけれど、威迫や困惑といったレベル、これは民法上の詐欺や強迫のレベルよりは低いレベルを考えているわけでありますが、威迫や困惑というものによって契約を結ぶ場合があります。たとえば、非常に長時間執拗につきまとわれて勧誘されて仕方なしに契約する、これは困惑の一つのタイプでありましょうし、あるいは多数で取り囲んで契約させる、これは威迫ですが、こういう場合もあるわけであります。民法上の詐欺や強迫に当たらないような場合であっても、威迫や困惑といったレベルに達したものについては、これは契約の勧誘のやり方として社会的常識から許されないということで取消権を与えよう、これが威迫、困惑に関するルールということになるわけであります。

これも、この法律で新しくできたということではなくて、一部の業法のなかには事業者は威迫や困惑ということをやるなということを規定しているものがあるわけです。一部の業法においてはこういう行為をしてはならないということが規定されており、これを事業者一般に消費者契約に関しては拡張しようということであります。拡張しようといっても、本来、威迫や困惑をやって契約を結ばせようというのは健全な事業経営のやり方ではなく、そういう意味では、当然やってはいけないことをやった場合に取消権を認めようということであります。威迫、困惑まで含めるようになれば、契約締結過程での不当な勧誘という従来からの問題の多い部分について相当対応できるだろう考えられます。

３．不意打ち条項

３番目のものとしては、不意打ち条項に関してルールを定めようということでありまして、不意打ち条項というのは、交渉の経緯等から消費者が予測できないような契約条項というものであります。その具体的な例としては、消費者苦情処理機関の話を聞いてみますと、ミシンを格安で修理しますというチラシ広告が新

聞などに入ってきたので、早速ミシンの修理を頼んだところ、新品のミシンが送られてきて、その新品の代価を払えといった例があるようです。消費者としてはミシンの修理を考えていたにもかかわらず、新品のミシンが送られてくる、これはまさに不意打ちということになろうかと思うわけであります。「不意打ち的な条項というものは契約の内容にならない」と資料にありますが、契約の内容になると、いったん契約の内容になったうえでそれを無効にするという規定がないと、それは効力を有するということになるわけです。契約の内容にならないというのは、有効、無効の判断をするまでもない状態として扱おうということです。これが不意打ち条項に関するルールということになるわけであります。

(3)契約内容の民事ルール

1. 不当条項に関する民事ルール

a　不当条項の無効

次に、契約内容の民事ルールに移りたいと思います。概要の５ページでありますが、不当条項というものを決めようということなんですが、契約の内容となっている条項が不当であるというふうに評価されると、これは無効にしようということです。５ページに「全部または一部について効力を生じない」とありますが、ある一つの条項があったとして、その条項がいくつかの部分から構成されていて、ある部分だけ無効にすれば足り、残りの部分までも無効にしなくてもいいというものについては、一部無効ということになるわけです。ある部分が無効とされた場合、残りの部分があっても意味がないという関係にあるようなときは、これは全部無効にするということになるわけです。条項がいろいろな部分から構成されていて一つのまとまった条項になっている場合に、全部または一部ということがあり得るので、こういう表現が使われているわけであります。

ここでもう一つ注意すべき点は、約款というものだけを考えていないということです。不当条項というのは、約款というものにまでなっていなくても構わないわけであります。口頭で結んだ契約の中身でもあってもいいわけです。約款というと、事前に事業者が一定のセットになった条項をつくっていて、それは通常は書面化されているわけですが、それを用いるというかたちになりますけれど、消費者契約法は単なる約款規制法ではなくて、もっと広いわけであります。約款のみならず、契約の内容になっている条項であればすべてカバーしようということになるわけです。

b　不当条項の定義

次に問題になるのは、不当条項とは何かということであります。５ページの真ん中の四角にあるとおり、「不当条項とは、信義誠実の要請に反して、消費者に不当に不利益な契約条項をいう」ということであります。契約の条項が無効だと評価されるということは、信義則に違反するというものがなければいけない。ただ消費者に不利だから無効にするというわけにはいかないわけであります。消費者と事業者との関係のなかにおいて信義則に反すると評価されるということが、無効というものを基礎づけるためには必要だろうということで、「信義誠実の要請に反して」という要件があるわけであります。「消費者に不当に不利益な」という概念で不当条項が決まるということですが、不当に不利益というのは信義則違反という評価を受けるということであります。そういう意味では、民法の信義則をより具体的なかたちで、消費者に不当に不利益という条項で形式化し、具体的なルールとして表したということになるわけであります。

一部の事業者が心配している向きもあるかもしれませんが、不当条項の範囲が不当に拡大されるのではないかということについては、信義則という要件の絞りがあるわけで、そういう意味では、消費者と事業者との公平なバランスをとろうということであります。

c　不当条項の評価方法

技術的なことになりますが、５ページの真ん中あたりにこういうことが書いてあります。「個別的ケースにおいて不当条項であるか否かを評価する場合の方法としては、契約が締結された時点を基準としたすべての事情を考慮して判断することが考えられる」ということです。従って、信義則に反して不当に不利益かどうかという判断は、事後的に判断するのではなく、契約締結の時点で消費者と事業者がお互いに把握した事実を前提にして考えようということになっているわけです。契約の締結の時点で不当に不利益でなければ、契約締結後の事情の変化によって不当に不利益になったということで不当条項とされることはないのです。契約というのは、お互いに一種のバーゲンをしつつ合意に達する、そういう過程をとるのですから、契約を締結する時点というものがバーゲンをするための材料である事実を確定する時点になるということであります。

これは、ある意味では、日本の従来の裁判例とは異なるかもしれないところです。日本の裁判所のある判決では、契約を締結した時点以降に生じた事情も考慮して、ある契約条項が有効か無効かという判断をしている裁判例もないでもないからです。この法律はそういう立場はとらないということです。

さらに技術的なのは、概要の５ページの「不当条項の評価の対象外となる事項としては、市場への過剰介入は好ましくないという理由から、①契約の主要な目的、②物品または役務の価格もしくは対価とその反対給付たる物品または役務と

の均衡性が考えられる」と書いてあります。ここでは、ある契約条項が不当条項かどうかということの判断の対象にする条項の範囲を少し限定しようということであります。契約の主要な目的を記述している条項自体は不当条項なのかどうかの判断の対象にしない、これが①です。②でも、対価条項そのものは不当条項かどうかの判断の対象からは除外しようという考え方になっているわけであります。これはどういうことかというと、対価条項は除かれているというのは容易にわかると思いますが、それはすなわち価格というのは市場によって決められるべきものだということです。価格そのものも不当だとして無効だということを裁判所が言えるということになると、いわばマーケットに対して裁判所が介入していくということになります。価格の問題はマーケットに委ねるのが前提である自由市場経済を基本に考えていこうという我が国の体制ですから、価格条項については不当条項評価の対象の範囲外にしていこうという考え方であります。

主要目的条項が除かれているという点は、実は契約締結過程のなかで情報提供義務が一般的に課せられている点も関係しております。主要目的条項というのは、一体何のためにこういう契約を結ぶのかというその目的です。旅行契約における行き先という例がここに挙がっているんですが、たとえば、ロンドンを目的とする航空切符を旅行業者から買うという消費者契約を考えた場合、後で消費者がロンドンに行くのはいいんだがなぜローマに寄らないのか、この主要目的条項は不当であるという主張はできないという作用を営むわけであります。つまり、ロンドンに行くために飛行機の切符を買うということで、消費者は旅行業者のところに来ており、他方、旅行業者の方も、この便はローマには行かないこと等の必要な情報を開示して提供していれば、消費者との間で誤解を生じることはないわけであります。つまり、消費者は契約をする目的は一般に十分に理解しているはずであり、また、情報提供義務を果たしていれば主要目的について食い違いが生じるということは基本的にないので、不当条項の対象から外してもよかろうという考え方に立っているのです。従来、日本の契約が信義則違反か公序良俗違反かという議論をする場合には、こういう発想は余りなかったのですが、これはヨーロッパの考え方に合せていこうというものです。

1993年にＥＵ諸国で不公正条項に関する指令というのが出されておりまして、ＥＵ加盟国メンバーの国々はここに定める条件を満たして至急立法すべしという指令が出されました。ＥＵの不公正条項に関する指令は、主要目的条項と価格条項は不当かどうかの対象からは除くというふうになっております。さらに、ＥＵの指令とこの消費者契約法の違う点は、ＥＵの方は消費者と事業者で個別に交渉した条項というのも不当条項の対象から除外するというふうになっているんですが、消費者契約法の方は個別に交渉して決めた条項は不当条項の対象に含ませよ

うという考え方になっており、それは除外しておりません。個別に交渉したからといって、消費者に不当に不利益な内容のものができないという保証はないからであります。情報に格差があるということを前提にして考えていきますと、強い者と弱い者が個別に交渉しても、弱い者に非常に有利な内容の条項はできないだろうという考え方から、個別交渉条項というものは不当条項の判断対象に含めようということです。

d　不当条項のリスト

不当条項は、信義誠実の要請に反して、消費者に不当に不利益なものと定義されていますが、これは、民法にある信義誠実の原則、あるいは公序良俗違反の法律行為は無効という定めとちっとも変わらないじゃないかという批判が出てくるかもしれません。消費者契約法がここで止まっていれば、そういう批判が妥当します。しかし消費者契約法は、不当条項リストを法律で定めることにより、不当条項かどうかの判断が具体的な予測可能性のあるルールになるという考え方をとっているのであります。従って、不当条項判断の予測可能性を高めるという点では、不当条項のリストというのが非常に重要になっているわけであります。

不当条項のリストにピックアップされるべき条項というのは具体的にはどういうものが考えられるかですが、概要の８ページ、９ページをご覧いただきたいと思います。ここにいろいろな条項の例が挙がっております。それぞれの条項にＡ、Ｂ、Ｃ、Ｄという符号がついています。Ａという符号がついているのは、日本の裁判で裁判上無効とされた、または適用が制限されたことのある条項であります。Ｄは、諸外国の不当条項を規制する法律のなかで不当な条項だと規定されているものであります。いろいろな条項を不当条項のリストにあげるべき例としてリストアップしようということであります。不当条項のリストを定めことにより、不当条項とは何かが、具体的に予測可能性のあるものになると考えております。

当然に不当な条項で無効だというもの、ここではこれをブラック・リストと呼んでおります。当然に無効というわけではないんですが、不相当にとか、ちょっと幅のあるもの、すなわち具体的な事情のなかで当てはめてみると不当な条項と評価されるもの、これがグレイ・リストというものであります。ブラック・リストだけというやり方も理論的には考えらますが、消費者契約法の目的は包括的に網をかぶせるということですから、ブラック・リストだけではなく、グレイ・リストもつくるとしました。ブラック・リストにあげられそうな可能性が高いのは、８ページの上の方にある「人身損害についての事業者の責任を排除または制限する条項」。特に、事業者の故意または重過失があって人身傷害が生じたという場合でも責任はありませんという条項があるとしたら、これは当然に無効ということでブラックリストに挙がるべき条項でしょう。

こういう具合に考えてみると、非常に限定されたものしかブラックリストには挙がってこない。そうすると、非常に限定された数のブラック・リストだけ掲げたのでは、不当条項の判断基準の予測可能性が余り高まらない。そこで不当なものになり得る条項もピックアップしてたくさん挙げようというのがグレイ・リストという考え方であります。グレイ・リストに挙がりそうなものというのは、8ページでいけば、「その他事業者に有利な条項」というなかで、「短期間での値上げや不相当に高い値上げを定める条項」というのがあります。その契約においていろいろな事情を考慮してみると、これは不相当だというふうに評価できる、こういうものがグレイ・リストということになります。

不当条項のリストをつくるということでありますが、そのリストの中身はブラック・リストとグレイ・リストの2つに分けるということでありまして、8ページから9ページに挙がっているものが不当条項のリストに掲げるべきものの例ということになります。消費者政策部会の方は、8ページから9ページに挙がっているものをどういうかたちでブラックとグレイに仕分けしていくかということについてはまだ十分詰めきれていないのが現状であります。今後、これを詰めていくということになります。

もう一つの重要な問題としては、ブラック・リストとグレイ・リストを分けたときに、同じ法律効果を与えているのでは意味がなく、別個の法律効果を与えるから2つに区別する意味があるということであります。どういう法律効果でブラック・リストとグレイ・リストの差を設けていくかということですが、当然に無効とされる条項はブラック・リスト、不相当と評価された場合のみ無効とされるのがグレイ・リストだということです。言いかえれば、具体的な事実関係を十分考慮して初めて不当だと決まるものがグレイであり、具体的なことをあまり考えなくても直ちに不当だと評価できるものがブラックだということです。グレイ・リストの場合の不当性の立証責任を事業者が負うのか消費者が負うのか、これが一つの大きな問題として考えられます。この点もまだ、消費者政策部会では結論を得るに至っておりません。今後、この点も詰められます。消費者サイドとしては、不当に不利益ということの立証を消費者に求めるのは酷なのであって、事業者の方で不当に不利益でないということの立証責任を負うべきだと言っております。学者もそうした意見だと思います。しかし一部の事業者の方は、そうではなく、不相当に不利益という部分は消費者の方で立証責任を負うべきではないか、こう言っております。この辺のところは議論が分かれ得るところであります。今後、これも詰めるということになっております。

不当条項の該当性の判断について予測可能性の高いルールにするためには、不当条項のリストという点が非常に重要です。現在は信義則と公序良俗違反という

ものしかない。それと比べますと、ある条項が不当と評価されて無効になるかどうかは、不当条項リストによって相当程度輪郭がはっきりしてくるのであります。

2. 契約条項明確化等の民事ルール

a　契約条項の平易・明確化の要請

以上が、契約内容の民事ルールの基本的な内容であります。あと、付随的な民事ルールがさらに決められております。レジュメでは、１ページの３の２の「契約条項明確化等の民事ルール」というところであります。最初は「契約条項の平易・明確化の要請」ということであります。概要の方でいきますと、６ページの（３）の「契約条項は、常に明確かつ平易な言葉で表現されなければならない」、これを民事ルールとして入れようということを考えております。非常にテクニカルな言葉を使って消費者にわからないような契約条項を意図的につくる、これは非常に困ることです。従って契約条項は平易かつ明確な言葉で表現してほしいということをルール化するものであります。

b　契約作成者不利の原則

それを前提にして、契約作成者不利の原則と呼ばれているものですが、ある契約条項について複数の解釈が可能であるとなった場合には、契約を作成した者に不利益に解釈するというルールであります。欧米では、契約作成者不利の原則は契約条項の解釈原則としてすでに確立した原則であります。日本の場合、必ずしもこれが確立をしていないわけであって、こういうルールを設けるということは非常に意味があると考えます。契約条項は、一般に事業者の方でつくります。ところが消費者の方は条項作成に関与できません。そうだとしたら、明確な条項にすることは、つくる側の方の努力でできるはずであり、それをしないで、複数の解釈を許容するような契約条項にしたというのであれば、やはりつくった側の方に不利に扱うことが、公平の原則に立脚したルールということになるわけであります。

こういうルールがしっかり定められると、事業者の方もさらに気をつけて、複数の解釈が生じない条項にしようとします。これからはドラフティングに十分意を払って、複数の解釈が出ないようなかたちにしていくことがますます要求されてくると思われます。

(4)本法と民・商法・業法等との関係

それが民事ルールの具体的な内容ということになるわけでありまして、あとは

やや技術的な問題ということになります。消費者契約法はどういう位置づけになるかということですが、概要の17ページを見ていただけると理解しやすいのではないかと思います。ベースには民法、商法というものがある。民法は基本的には対等当事者間の契約を前提にして構成されているわけであります。一方が強くて一方が弱いという関係を念頭に置いているのではなく、お互いに対等な当事者同士が契約を結んだ場合のルールはこうだというのが民法であります。これに対して消費者契約法というのは、情報力や交渉力に格差がある、そういう意味で強い弱いの関係にある消費者と事業者との間で契約を結ぶ場合ですから、民法の特別法ということになるわけです。換言すれば、当事者間の契約なんだけれども、当事者間に力の格差がある場合をピックアップして、そこに特別な民事ルールを定めようということです。従って消費者契約法は民法の土台から見ると、特別の位置にあるということであります。

先ほど申し上げましたとおり、民法上認められている債務不履行に基づく損害賠償請求、不法行為に基づく損害賠償請求、これについては消費者契約法は何も規定していませんが、規定していない事柄は民法の原則がかぶることになります。民法の損害賠償請求の規定は、消費者契約法ができたからといって排除されるわけではないということです。これはちょうど、製造物責任法と民法の関係と同じでありまして、製造物責任法で規定していない事柄は民法がかぶりますから、製造物責任法に基づいて損害賠償請求することもできますが、それとは別に民法に基づいて損害賠償請求することも可能となります。それと同じような関係が消費者契約法と民法との関係でもあるということです。

業法との関係はどうかということですが、業法というのは、消費者と事業者との間の私法上の効力に何かの影響を与えようという目的で定められているわけではなくて、ある事業の監督責任を負っている役所がその監督責任を果たすうえで必要な範囲内で業界の秩序に介入していこうという発想でできています。たとえば、保険業法などはあくまでも業法としての監督法であります。銀行法もそうです。業界を行政が監督する立場から規定を設けているのです。従って、業法の目的と消費者契約法の目的は違うわけで、両者は併存し得るのです。言いかえますと、保険業法300条には情報提供義務の規定が定められておりますが、これは業界を監督するという立場から見て、業界の秩序を維持するためにはこれだけのことを言いなさいという観点からの規定です。つまり業界監督する行政の立場から業界秩序維持目的での情報提供義務であって、締結された保険契約を無効にしようという発想ではない。ただ、業法のなかでも、たとえば割賦販売法等を見ますと、損害賠償額を制限するとか、私法上の効果について定めている規定があります。つまり業法のなかで私法規定の性質を有する規定も例外的にはあり得ます。

そのような場合には、消費者契約法よりも高いレベルを規定している、そういう私法規定というものが業法にあれば、その業法中の私的法規定の方が優先をする、そういう適用関係になると考えられます。

7ページの（3）で「行政規制は、消費者契約法の適用を妨げない」となっています。業法と消費者契約法は規制目的が違いますから、お互いに妨げないというのは、以上、述べましたところから当然のことであります。

（5）本法の適用除外

先ほど（1）のところで申し上げましたとおり、これはすべての消費者契約をカバーするのが原則です。しかしよく検討してみると、この消費者契約法からは除外した方がいいだろうという消費者契約も確かにあります。たとえば、親族相続関係、いわゆる家族関係に関する契約は通常の契約関係とは違う規制を要求するわけでありますから、こういうものは除外することになりましょう。それから、労働契約も消費者契約法からは除外されましょう。その理由は、労働契約に関しては労働法による別の規制が相当厳重なかたちでかぶっているわけであります。そうだとすると、消費者契約法の規制でカバーしていくより労働法の規制の方に任せても問題はなかろうと考えられます。つまり、別の規制に委ねてしまっても問題はないと評価されるような消費者契約については、そちらの方に譲ろうということであります。

消費者契約法は、隙間のないかたちで包括的に網をかぶせるわけですが、合理的な理由のあるものについては除外をすることが予定されるのであります。適用除外の点についても、具体的にどの契約類型を消費者契約から除外していくかは、今後消費者政策部会で詰められる問題として残っております。

4. 消費者契約法のメリット

皆さんには、これまでの説明で消費者契約法の基本的な内容は、一応ご理解いただけたのではないかと思います。そういう内容であるとの理解を前提にして、消費者契約法のメリットはどういうところにあるかということを考えてみたいと思います。消費者にとってメリットがある、これにはほとんど異論がないでしょう。それでは事業者にとってのメリットはあるでしょうか。私は大いにあると考えております。経営にはビジネス・リスクがつきものですが、ビジネス・リスクというものを正当に評価して、それに対する適切な対応を考えてこそ初めて合理

的な経営ができるわけであります。ところで消費者に物を売る、あるいはサービスを提供するといった場合、契約に関するビジネス・リスクの予測・評価は大変重要です。つまり自分のビジネスで使用する消費者契約のある条項が無効になる、これは一種のビジネスリスクであります。同時にこれは、リーガル・リスクであります。しかし現在の状態では、このビジネス・リスクを評価するのは極めて難しい。というのは、公序良俗違反、信義則違反という民法の原則が極めて不明確なものであるために、具体的な契約条項の効力が紛争になったときに一体それが無効とされるかがよくわからないというのが現状がです。しかし消費者契約法ができれば、その点の予測可能性は非常に高まってくる、ルールとして非常に透明性が高まってくるということになります。従って、合理的な経営の基本的な要素であるビジネス・リスクの正確な測定ということに対して、消費者契約法は非常に大きなプラスをもたらすということであります。

私はこの前、経団連の経済法規委員会というところに行って消費者契約法の説明を行いました。説明終了後にいろいろなご質問等が出てまいりました。こういう法律ができるとコストがさらに増加するのではないかというご心配をもつ方もおられました。しかし消費者契約法は、すべての消費者契約をカバーするものですから、非常に高い水準のことを考えているのではなく、消費者契約であれば最低限のレベルはここだというミニマム・スタンダードを定めることが目的の法律であります。従って、いままで行儀よくビジネスをやってきた事業者がこの法律ができたことによってさらに負担が増えるということはないと考えてよろしいのではないかと思うわけであります。ただ、ミニマム・スタンダードすらみたさずに、すなわち行儀悪くビジネスをやってきた、あるいはこれから行儀悪くやろう、そういう事業者にとっては確かに困ることになります。逆から言えば、真面目にやっている事業者とそうではない事業者との間の競争条件を均等化するという機能も消費者契約法は有すると思っております。その点においても消費者契約法は、消費者にとってはもちろんですが、事業者にとっても大きなメリットがあるというふうに評価できるのではないかと思っております。製造物責任法のときも、事業者の方から、こういいうものができると日本がアメリカのような訴訟社会になるとか、悪質消費者の跳梁ばっこになるとか、いろいろ反対論がありましたが、でき上がってみたところ、そういう現象はなかったのであります。これは事業者の方々の杞憂だったわけで、そういう杞憂はされる必要がないのではと私は思っております。

5. 今後のスケジュール

さて、レジュメの５の「今後のスケジュール」ですが、国民生活審議会の消費者政策部会は本年の１月に中間報告を発表して、消費者契約法の民事ルールの具体的な内容を明らかにしまして、各界のご意見を伺うという状況にあります。もっとも、民事ルールのなかには残された論点もあります。たとえば、不当条項のリストをグレイ・リストとブラック・リストでどういうふうに仕分けしていくか、不当性の立証責任をどういうふうに分配していくか、適用除外をどのように詰めていくか等でありまして、今後残された論点を詰めていく作業はもちろんやるつもりでおります。

もう一つ今後やるべき重要なことは、いくらリーズナブルな民事ルールをつくってみたところで、そのルールの実効性を確保する方策が伴っておりませんと、これは絵に描いた餅になります。従って、民事ルールの効果的な実効性を確保する方策もあわせて消費者政策部会では検討することに致しております。製造物責任法の場合も同じような点が問題になりまして、実効性確保の方策として、例えば各業界で12のＰＬセンターができました。簡易で迅速、しかも低廉で満足のいく紛争処理の実現を目指したわけです。紛争処理も含めて、民事ルールを本当に実効性のあるかたちにしていくためにはどうしたらいいだろうかというあたりを検討していこうと考えております。

それから、中間報告で民事ルールの具体的な内容はこういうものであるというのを示したわけですので、これについて、消費者と事業者の双方からご意見を伺おうということで、消費者と事業者からのヒヤリングももちろん予定しております。具体的には月２回ぐらいのペースでヒヤリングを行っていくことを考えております。

そういう作業を続けていって、私どもとしては、最終的には平成10年の末までに実効性確保の部分も含めた全体的な提言というところまでもっていきたいと考えております。従って、割と近い時期に消費者契約法の立法化を実現したいと考えております。というのは、現在、まさに消費者の契約に関するトラブルが非常に深刻な状態にあるわけでありまして、早く効果的な手を打たないとますます国民が困るということがあるわけで、立法化を急がなければと考えております。

6. むすび

ここでご説明致しました内容通りに包括的、具体的な民事ルールを定めた法律

がもしできるということになると、日本の消費者はほかの先進諸国の消費者と比べて突出した手厚い保護を受けることになるのだろうかといいますと、これは全然違うのであります。先進諸国はすでに、不当契約条項に関する効果的な民事ルールを持っているわけであります。概要の18ページをご覧いただければわかりますとおり、先進諸国を見ると、しっかりした消費者契約に関する民事ルールをすでに持っているという状態にあります。つまり、日本はグローバル・スタンダードという物差しからすると非常に遅れているのであります。ここでご説明したような包括的、具体的な民事ルールは、日本の消費者をほかの国の消費者よりもより保護するということでなく、いわば先進国並みのレベルに引き上げようとするものであります。そういう意味では、高望みでも何でもなくて、最低限のことを早くクリアーしたいというにすぎないのであります。

消費者契約法の立法化は規制緩和の流れに逆行するというようなご意見を一部で聞かないでもありません。しかし、何でもかんでも規制緩和すればいいというわけではありません。そもそも何のために規制緩和をするのかというと、突き詰めて考えれば、消費者である我々にとって安心できる快適な社会をつくるためにするわけであります。従って、消費者契約のトラブルが非常に深刻化しているわが国においてそのためのミニマムのルールをつくるというのは、規制緩和の趣旨に反するものではないのであります。今後我が国が繁栄して行くためには、市場原理を重視する必要があり、その意味で事業者も消費者も自己責任が求められます。しかしそのためには環境整備が必要であり、むしろ、規制緩和の前提としての条件を整備するということの一環として消費者契約法が位置づけられるということであります。そのためにミニマムのルールとしてこういうものを至急導入する必要があるわけです。消費者契約法というルールが導入されないと、消費者に自己責任を負いなさいということを言えないのです。

我々は、会社に勤めていようが、官庁、団体で働いていようが、いずれも皆、消費者であることには変わりはないのですから、消費者としての自分という自覚を持っていただきたいと思っております。会社人間ということも大事ですが、消費者であるということも一方で忘れずにいることも必要ではないでしょうか。

以上を持ちまして、私の話は終わりにしたいと思います。あと、ご質問があれば、おお答えしたいと思いますが、いかがでしょうか。

「質疑応答」

大橋　安田総合研究所の大橋でございます。すべてをおつくりになった方でなければわからないようなお話をしていただいたので理解が進んだのだと思います。ありがとうございました。

先ほど、経団連で経営者の方がコストということをおっしゃったと。リストを拝見して一番気になるのは、約款を変更する手続きが非常に過重になるということです。不当で変更するのではなくてもコストが過重になる気がいたします。行政規制ともからんでくるわけですが、インフラ産業のような場合には、約款の変更の認可が必要で、認可を得るから一方的に変更ができるというかたちになっています。これからＩＣカードがいろいろ出てくると思います。１枚のカードにサービスが付加されていくとき、約款の変更ということでやらないとコストがかかってしょうがないということが気になるわけですが、どういうふうにお考えでしょうか。

落合　約款変更のコストはある程度やむを得ないのではないでしょうか。現在だって、約款を変更する場合にそれなりの手続きコストが必要なわけです。役所の認可手続きでも細かいところまで言われる可能性があり、これ自体も相当のコストがかかるんじゃないかと思いますが、必要なコストは負担せざるを得ないのではないかと思います。従って消費者契約法ができるとそういうコストが必要になってくるというわけではなくて、現在でも約款の変更についてはそれなりのコストがかかるわけです。この法律ができると新たにコストをさらに過重するという方向には働かないのではないかと思います。

また、ブラック・リスト、グレイ・リストが具体的なリストとして定められた場合に、事業者等が使用している契約条項のなかでそれに該当するものがあるかどうか、もし該当すれば改める必要が出てくる、そういう可能性はありますでしょう。だけど、こういう法律がなくても、ブラック・リスト、グレイ・リストに挙がるような条項で訴訟になったような場合には、そう簡単に裁判所が有効と認める可能性はかなり低い。そういう意味では、消費者契約法ができるできないということにかかわらず、消費者契約法でリストアップされるような不当条項というものは認められないと思われます。従って、そういう意味では適当な約款条項か否かの検討は不断に必要とされるコストであります。もしその検討が十分になされていないということになると、それ自体に問題があるという見方も可能かな

という感じもいたします。

大橋　到達のところがある程度軽減されないと大変なんですよ。何度も何度もやらなければいけない。いまは見なしてしまって、これに違反する規定が通っているんじゃないかと思うんです。

落合　そういうこともありますでしょうね。
ほかにございますか。

深谷　金融情報システムセンターの深谷と申します。情報提供義務との関係で、いわゆる金融サービス法とのからみの部分なんですが、金融のハイテク商品と言われるようなものを金融機関が販売する際に、あらかじめ消費者を限定してしまう約款をつくる可能性があると思うんです。こういう言葉がわからない人は入らないでくれ、そういう部分について消費者契約法との関係でどのようなお考えかをお聞かせいただきたいんですが。

落合　消費者契約法というのは、すべての消費者契約を対象にします。ということは、非常に高度のハイテク商品を買う消費者のみならず、いろいろなタイプの消費者を対象にしているということがあります。従って、ハイテク商品にターゲットを絞ったかたちで、しかもある程度仕組みがわかるような消費者に限定したかたちで、事業者としては販売したいと思った場合に、この法律が定めている契約締結に当たっての重要事項の情報提供をどういうふうにやるかということになります。事業者の方である程度わかる範囲、消費者対象にというふうに絞っているのであれば、その絞られた対象である消費者が重要と考えるのはどういう事項かを考えればよいと思います。これに対して知識のある者にもない者にも売りますということになると、その消費者の基準は非常に一般的な消費者ということになります。

ただ、明確性という点からすると、たとえば金融サービス法というものをつくって、金融商品にかかわる部分に関して特別なルールを明確に定める、そういうやり方も立法の方向としてはあり得ると思うんです。現在でも、様式等の信用取引にはいろいろな条件がつけられております。いずれにしても、一定のターゲットを絞るということは十分可能だし、ターゲットを絞った場合は絞られたターゲットを基準にして重要性が判断されるということになるだろうと思います。

Q　こういった法律の場合、割と罰則のことは表に出てこないんですけれども、この法律の場合はどういうことなんでしょうか。

落合　罰則の問題は実効性の確保という問題に関連しております。地方自治体の方にもアンケート等をしたのですが、地方自治体の意見としては、何らかの刑事制裁規定を置いてほしいということが出てまいりました。なぜそういう意見が出てくるかというと、特に悪徳商法等をやる人というのは、賠償させようと思ってもお金がない、あるいはどこかに隠していてどうにもならないのです。ない袖は振れないわけで、被害者は賠償を得られない。それが刑事制裁を受けるということになりますと一定の効果はがありますので、ぜひそういう規定を置いてほしいというわけです。従ってその点につきましても実効性確保の方策として取り入れるかどうか検討しようということになっております。

斎藤　弁護士の斎藤でございます。１点についてお聞きしたいんですが、具体的に申し上げますと、コンビニフランチャイズ契約のことについて私どもでやっているんですけれども、いま全国的にコンビニフランチャイズの被害が続出しているわけです。何らかの規制の網をかけなければならないのではないかと。こういったものは消費者契約法のなかに予定されているんでしょうか。

落合　一つの法律上の論点としては、フランチャイズ契約が消費者契約と評価されるかどうか。消費者契約と評価されれば、原則はすべての消費者契約に及ぼすということですから、規制の対象になるということになります。消費者契約に当たるかどうかの判断としては２つの要件があって、１つは、自然人であるということです。フランチャイジーが自然人であれば、この要件は満たします。問題は、事業目的でないことで契約を結んだかどうかということで、フランチャイズが取り扱っているビジネスを行うことによって自らも事業者としてビジネスをしていこうということになると、この後者の要件に合致せず、従って消費者契約ではないということになる可能性があります。

ただ、形式的に事業目的で契約を締結しているじゃないかということで消費者ではないと簡単に評価していいかどうかは問題でありまして、実質的に企業家としての色彩が非常に強いものなのかどうか、その辺が決定的な要素となって、果たして事業目的に関連した目的で契約を結んだのかどうかの判断がなされることになると思います。

斎藤　フランチャイジーの場合、約款上は独立事業者ということになっていて、消費者契約法だとそこら辺が限定されてしまうので、契約約款を規制するようなものがあればと思いまして、もうちょっと広い観点が必要なのではないかと思って申し上げているんです。

落合　社会のなかにいろいろなトラブルがあるわけですが、そのなかで消費者に着眼をして、消費者関係部分の解決をまず図ろうというのが消費者契約法の目的であります。いまご指摘のように、直ちに消費者というふうには言えないかもしれないけれど、非常に問題がある取引もあるわけですから、そういうものに対しても何らかの保護の手を差しのべていくことの必要性はあります。しかし、余り手を広げるのではなく、とりあえずのところは、明確なかたちで消費者関係部分についてまずはミニマムのスタンダードを確立しようということです。いまご指摘の点は、次のステップとしてはやりたい部分だとは思います。しかしいろいろ問題があるなかで優先順位をどうしても決めなければいけないということで、情報力、交渉力に格差が明確にある消費者にターゲットを絞ったかたちでまず立法を行おうということでありまして、そういう意味では、やらなければならない課題がまだまだあるということです。消費者契約がすんなりいきましたら、その次のこととして考えてみたいと思います。

岡崎　安田火災のお客様サービス室の岡崎と申します。私どもはお客様から苦情を受ける部署なんですが、情報提供の部分で、ある意味で意外に思ったというか、ある意味で安心したというか、消費者の理解能力に応じて情報の内容を理解する機会が与えられることが必要だと、チャンスがあればいいんだと。その機会が与えられている限りにおいて、必ず口頭で説明しなければならない、あるいは書面を交付しなければならないと。私どもがよくやっているのは、申込書類をいただいた後に証券をお客様にお送りするんです。それに約款を添付して郵送でお送りするというやり方をしているんです。私どもは必ず書面を交付しているわけです。約款をお送りしていますとご説明をしても、そんなものを後から郵送で送られてきても見る人がいるかというお叱りをいただくことがあるんです。書面を交付すれば、チャンスは与えたんだと。保険会社なり、事業者としては、それで一つの義務を果たしたんだということを言っていいのかどうか、そのあたりのニュアンスをいただければと思います。

落合　もし相手が本当に理解しているというところまで確認しなければいけないということになりますと、相手の理解能力というものについて積極的に調査しなければいけないということになって、積極的な調査義務が生じます。オーダーメードのような契約の場合は調査義務を課しても問題ないと思いますが、大量に処理しなければいけない契約を考えてみると、いちいち相手の理解能力をチェックするといっても、これはなかなか難しい。従っておよそ一般的に個々の相手方の理解の程度について調査義務を課して、その調査義務違反があったらいけないというところまでは現実問題としてむずかしい場合があると思います。そこで一つの解決策としては、相手方の理解能力が一応あるということを前提にして、換言すれば、平均的消費者を基準として、消費者が調べようと思えば調べることができる状況をつくること、これが機会を与えるという意味であります。平均的消費者に対して情報に対するアクセスを十分確保できる状態にすれば、そこで事業者としての情報提供義務は果たされたということになると思います。

それでは書面を渡せばその機会が常に確保されたかというと、直ちにそうとはいえません。たとえば、その書面が来たのは契約を締結した後であったといった場合です。情報提供義務というのは、契約を締結する前の段階で契約を結ぶか結ばないかについて判断できる重要な情報を提供しなさいということです。換言すれば、調べようと消費者が思えば調べられる状態に置かれているということですから、契約を結ぶ前の段階での書面による情報提供が有用である場合は、書面を早い段階で提供する必要があります。消費者が容易に読める状態に置くことが必要なのです。もちろん常に書面が必要というわけではありません。たとえば、八百屋さんでベテランの主婦が大根を買うような場合は、八百屋さんとそのベテラン主婦との間の口頭でのやり取りだけで、十分情報提供義務は果たされたと評価される場合もありますでしょう。

いろいろな契約のタイプによって違いますけれど、少なくても、契約を結ぶ前の段階で重要な情報について、消費者が知りたいと思えば容易に十分知ることができる状態に置かれている、これが機会を与えるということだと私は考えております。

細田　安田総研の細田と申します。よろしくお願いします。先日、問題多発業界として英会話業界のことが話題になりましたが、某大手英会話教室も含むという公表があったと思うんです。しばらく前にイギリスで年金の不正販売が相当相次いで、今年じゅうには解決をということでやっているように聞いているんですが、何回も改善命令を出しても応じなかった悪質な業者の名前を公表したというふう

に伺っています。私は個人的に、最終的には名前を公表する必要があるんじゃないかと思うんですが、その辺はどのようにお考えになっているかお伺いしたいと思います。

落合　業者の氏名公表というのは、一つの実効性確保の方策として有用な面が確かにあります。日本でも、朝日ソーラーのケースがありました。あれは国民生活センターが氏名を公表し、また通産省が一定の処分をしたということでした。実効性確保の方策の一つとして、悪質な事業者については一定の手続きを経たうえで氏名を公表するというのは十分考えられます。

ただ、一定の公平な手続を事前に置いたうえでやらなければいけないということになるでしょう。適正な手続きを経たうえでの氏名公表という方策は、実効性確保の有力な方策として十分検討に値します。

司会　まだご質問がある方がいらっしゃるかもしれませんが、時間になりましたので、これで終わらせていただきたいと思います。

落合先生、どうもありがとうございました。

－了－

平成10年１月21日
経 済 企 画 庁

経済企画庁国民生活局消費者行政第一課
課　長　藤岡　文七
電話 03-3581-9338 (直通)
課長補佐　池永　肇恵
電話 03-3581-9095 (直通)

消費者契約法(仮称)の具体的内容について

－国民生活審議会消費者政策部会中間報告－
(概要)

―中間報告のポイント―

消費者契約法（仮称）は，消費者と事業者の間で締結される契約（消費者契約）の全てを対象とし，消費者契約の締結過程及び内容の適正化を図ることにより，消費者利益を確保し，もって国民の消費生活の安定及び向上に資することを目的とする。

消費者契約法の内容は，以下のようなものとなると考えられる。

１　契約締結過程：

⑴事業者が，①重要な情報について，提供義務に違反したり不実のことを告げた場合あるいは②威迫・困惑行為を行った場合であって，それらがなければ消費者が契約締結の意思決定を行わなかった場合の効果として，当該契約を取り消すことができる。

⑵交渉の経緯等からは消費者が予測することができないような契約条項（不意打ち条項）は，契約の内容とならない。

２　契約の内容面：

⑴「信義誠実の要請に反して，消費者に不当に不利益な契約条項」を不当条項とし，不当条項は，その全部又は一部が効力を生じないこと。

⑵不当条項の評価は契約が締結された時点を基準としたすべての事情を考慮して判断すること。

⑶不当条項の具体化・明確化を図るため，不当条項リストを作成し，当然に無効とされる条項をブラック・リストとして，不相当と評価された場合にのみ無効とされる条項をグレイ・リストとして，それぞれ列挙する。

⑷契約条項は，常に明確かつ平易な言葉で表現されなければならず，合理的解釈によってもその意味について疑義が生じた場合は，消費者にとって有利な解釈を優先させなければならない。

３　消費者契約法は，民商法の特別法とし，業法の私法規定は，消費者契約法の特別法とすること。

国民生活審議会消費者政策部会中間報告について

国民生活審議会（会長：塩野谷　祐一　国立社会保障・人口問題研究所長）では，過去数次にわたる消費者契約の適正化についての調査審議を踏まえ，平成９年７月に消費者政策部会（部会長：落合　誠一　東京大学法学部教授）の下に消費者契約適正化委員会（委員長：落合　誠一　東京大学法学部教授）を設け，①消費者契約の適正化のための民事ルールの具体的内容，②民事ルールの実効性を確保するための方策（紛争解決のための具体的な方策など）についての調査審議を行ってきた（部会及び委員会の委員については，参考１　参照）。

本中間報告は，その審議における消費者契約の適正化のための民事ルール（以下，本報告では仮に「消費者契約法」という。）の具体的内容について，消費者政策部会として取りまとめたものである。

今後は，消費者政策部会として，当中間報告の内容についての各界からの意見聴取，民事ルール導入の影響，民事ルールの実効性を確保するための方策等について，引き続き調査審議を行い，本年末目途に最終報告をまとめる予定である。

本中間報告の概要は，以下の通りである。

１　消費者契約法の目的

> 消費者契約法は，消費者契約における契約締結過程及び内容の適正化を図ることにより，消費者利益を確保し，もって国民の消費生活の安定及び向上に資することを目的とする。

- 規制緩和の進展等に伴い，今後，消費者，事業者双方の自己責任に基づいた行動が一層強く求められる。
- 消費者を取り巻く環境が急速に多様化・複雑化する中で，消費者と事業者の間には，情報，知識，交渉力等に大きな格差が存在しており，真に対等な関係の下での消費者の自由な意思形成がなされないままに契約が締結されてしまうことがある。その結果，契約締結過程及び内容をめぐるトラブル（参考２　参照）は大幅に増加している。
- このような状況の中で，消費者利益を確保し，消費者契約に係る問題を防止・解決するためには，契約の締結過程及び内容の適正化を図るための具体的かつ包括的な民事ルール（消費者契約法）の立法化が必要である。
- 消費者契約法の立法化は，取引における消費者と事業者の関係をより対等なものとし，消費者，事業者双方の自己責任に基づく行動を促すものと考えられる。また，このようなルールの考え方は，欧米先進諸国においてすでに確立されており，こうした考え方を導入することは，我が国経済社会のグローバル化への適切な対応ともいえる。

2　消費者契約法の適用範囲

> 消費者契約法は，消費者と事業者の間で締結されるすべての契約（消費者契約）を対象とする。

・　消費者契約法は消費者と事業者（「営業」及び「専門的職業」の概念を含む）の間の契約について，業種や取引形態を問わず，適正化を図ることを目指していることから，適用に当たってはその対象を広く想定し，包括性を確保すべきである。なお，本法の趣旨に沿わないような契約については適用除外を検討することも必要である。
・　「消費者」の定義の要件は，①消費生活において，事業に関連しない目的で行為すること，②自然人であること，とすることが考えられる。
・　「事業者」の定義の要件は，①事業に関連する目的で行為すること，②自然人又は法人その他の団体であること，とすることが考えられる。

3　契約締結過程の適正化のためのルールの内容

(1)　情報提供義務，不実告知

> 消費者契約において，事業者が，契約の締結に際して，契約の基本的事項その他消費者の判断に必要な重要事項について，情報を提供しなかった場合又は不実のことを告げた場合であって，当該情報提供があった又は当該不実の告知がなかったならば消費者が契約締結の意思決定を行わなかった場合には，消費者は当該契約を取り消すことができる。

・　事業者が消費者に対し契約の勧誘に当たって，①契約内容に関する情報を提供しなかった，②消費者が契約を締結するという意思決定をする上で重要な情報を提供しなかった，③虚偽の情報を提供した，など必要な情報が事業者から消費者へ適切に提供されていないことによりトラブルが生じている。
・　そのような場合について，厳格な要件を課している民法の詐欺，錯誤という規定では，消費者にとって十分な救済にはならないこと，また個別事案における結論についての予見可能性を高めるという観点からも，事業者から消費者に対する情報の提供に関して，信義則，債務不履行，不法行為などといった民法の規定が適用されたケース等を参考として，消費者契約法の中で情報提供義務及び不実告知について規定を設けるべきである。
・　「重要事項」として提供するべき情報の基準としては，当該事項が消費者の契約締結の意思決定を左右する事項であるかどうかということが考えられる。その際には，情報提供義務違反が認められた判例や業法の重要事項などからある程度の指標を得ることができると思われる。
・　「情報提供」については，消費者の理解能力に応じて情報の内容を理解する機会が

与えられることが必要であり，理解する機会が与えられている限りにおいて，必ず口頭で説明しなければならない，あるいは必ず書面を交付しなければならないということにはならない。

(2) 威迫，困惑

> 消費者契約において，契約の勧誘に当たって，事業者が消費者を威迫した又は困惑させた場合であって，当該威迫行為又は困惑行為がなかったならば消費者が契約締結の意思決定を行わなかった場合には，消費者は当該契約を取り消すことができる。

・ 消費者が契約締結に向けて動機を形成する過程で，①事業者から消費者に対して脅迫まがいの態度を示した，②消費者を長時間拘束した，など事業者からの強い働きかけがなされることによりトラブルが生じている。

・ そのような場合について，厳格な要件を課している民法の強迫という規定では，消費者にとって十分な救済にはならず，また個別事案における結論についての予見可能性を高めるという観点からも，契約の勧誘に当たって事業者が消費者に対し害悪を示して相手方を畏怖させる行為により働きかけを行ったとして，公序良俗という民法の一般条項が適用されたケース等を参考として，消費者契約法の中で威迫，困惑についての規定を設けるべきである。

(3) 不意打ち条項

> 交渉の経緯等からは消費者が予測することができないような契約条項（不意打ち条項）は，契約内容とならない。

・ 消費者と事業者が契約を締結する際に，契約内容の一部分については意思の合致が見られるが，一部について情報の提供がないまま不意打ち的に契約が締結されることによりトラブルが生じている。

・ そのような場合について，厳格な要件を課している民法の錯誤という規定では，消費者にとって十分な救済にはならず，また，個別事案における結論についての予見可能性を高めるという観点からも，事業者から消費者に知らされなかった契約条項に関して，信義則，債務不履行，不法行為などといった民法の規定が適用されたケース等を参考として，消費者契約法の中で不意打ち条項についての規定を設けるべきである。

4　契約内容の適正化のためのルールの内容

(1)　不当条項

> 消費者契約において，不当条項は，その全部又は一部について効力を生じない。

・　契約の内容については，①消費者が事業者のミスにより人身損害を受けたが事業者が全く責任を負わない，②消費者が契約の解約を申し入れたにもかかわらず事業者に契約書上解約はできないこととなっていると言われた，③消費者が契約を更新又は解約した際に事業者から不当に高額の更新料又は解約料の支払いを要求された，④事業者が契約の内容を一方的に変更した，など内容に問題があるとしてトラブルが生じている。

・　そのような場合について，民法の信義則や公序良俗という規定では，個別事案における結論についての予見可能性が低く，必ずしも安定した法の適用ができないため，具体的な判断基準を明らかにして直接的に契約内容を適正化するべきである。

> 不当条項とは，信義誠実の要請に反して，消費者に不当に不利益な契約条項をいう。

・　不当条項の定義を考えるに当たっては，裁判例の中に，条項について，信義則に基づき適用されないとされた例や，信義則に反し無効とされた例などがあることから，信義則を要件として取り入れるべきである。

・　個別的ケースにおいて不当条項であるか否かを評価する場合の方法としては，契約が締結された時点を基準としたすべての事情を考慮して判断することが考えられる。

・　不当条項の評価の対象外となる事項としては，市場への過剰介入は好ましくないという理由から，①契約の主要な目的（例：旅行契約における行き先），②物品又は役務の価格若しくは対価とその反対給付たる物品又は役務との均衡性が考えられる。

・　消費者と事業者の間で個別に交渉された条項については，現代社会のように，情報や交渉力の面で消費者と事業者の間に大きな格差のある状況では，個別の交渉の存在をもって評価の対象外とするのは不適切であると考えられる。

(2)　不当条項リスト

> 不当条項リストを作成し，当然に無効とされる条項をブラック・リストとして，不相当と評価された場合にのみ無効とされる条項をグレイ・リストとして，それぞれ列挙する。

・　不当条項の定義は，基本的に抽象的なものにならざるを得ないため，不当条項リストを作成し，その具体化・明確化を図るべきである。
・　不当条項リストについては，当然に無効とされる条項を掲げるブラック・リストだけでは予見可能性を高めるという趣旨からすると不十分であり，また，業態によっては柔軟な対応が求められることが考えられるため，不相当と評価された場合にのみ無効とされるグレイ・リストとの２本建てとし，法律上の効果に違いを設けるべきである。
・　ブラック・リストの場合は，当該契約条項がリストに掲げられた事項に該当することを消費者が立証すれば，当該条項は不当であるとみなされるが，グレイ・リストの場合は，「不相当に」，「著しく」，「過度の」といった評価余地を残した要件を持つため（例：不相当に長い期間消費者を契約に拘束する条項は無効である），その部分についての立証責任を消費者と事業者のいずれに負わせるべきかという問題が生じる。
・　リストに掲げるべき不当条項としては，①裁判上無効とされた又は適用が制限された条項，②消費者からの苦情・相談に見られる条項，③消費者保護条例等に規定されている条項，④諸外国の立法等において規定されている条項を参考に，現実に問題を生じている条項とともに，将来に問題となり得る可能性のある条項についても把握しておく必要がある。（リストに掲げるべき不当条項については，別添のとおりとする）

(3)　契約条項の明確化等

契約条項は，常に明確かつ平易な言葉で表現されなければならない。

・　消費者と事業者の間には，情報や交渉力に大きな格差があることから，契約条項の表現があいまいな場合には，事業者に有利な解釈がなされることがあること，また，規制緩和の流れの中で消費者の自己責任がますます要請される状況にあることから，契約条項には明確さとともに平易性（理解しやすさ）が要求される。

契約条項の解釈は合理的解釈によるが，それによっても契約条項の意味について疑義が生じた場合は，消費者にとって有利な解釈を優先させなければならない。

・　「消費者にとって有利」とすると悪質な消費者に悪用される可能性があるという考えがあるが，裁判官による合理的な解釈の中で消費者に有利なものを優先するとすれば，仮に，悪質な消費者が自分に有利な解釈を強引に主張してきた場合であっても，それに対抗することはできると考えられる。

5　消費者契約法と既存の法律との関係

(1)　民商法との関係

消費者契約法は，民商法の特別法と位置づける。

(2)　業法の私法規定との関係

業法の私法規定（業法における民事ルール）は，消費者契約法の特別法と位置づける。

・　消費者契約法の立法化に当たっては，個別の業法の私法規定との整合性をとる必要がある。

(3)　行政規制との関係

行政規制は，消費者契約法の適用を妨げない。

・　例えば約款については，認可制・届出制などの行政規制が行われている場合が少なくないが，これはあくまでも事業者の行為規制を目的とする行政規制であり，私人間の権利・義務関係を規律する一般私法である消費者契約法には関係がない。したがって，当該約款が行政規制の基準を満たしていることを理由に，当該約款を用いた契約を消費者契約法の適用対象から除外することにはならない。

(別添) 不当条項リストに掲げるべき不当条項

[事業者の責任を不相当に軽くする条項]
・人身損害についての事業者の責任を排除又は制限する条項（A，B，D）
・事業者の故意又は重過失による損害についての責任を排除又は制限する条項（A，B，D）
・目的物に隠れた瑕疵がある場合の事業者の責任を不相当に排除又は制限する条項（A，B，D）
・事業者の債務不履行についての責任を排除又は制限する条項（B，D）
・給付目的物の適合性についての事業者の責任を排除又は制限する条項（D）
・事業者の被用者及び代理人の行為による責任を排除又は制限する条項（D）
・代理人によりなされた約束を遵守すべき事業者の義務を制限する条項（D）

[事業者に一方的な権限を与える条項]
・事業者に契約内容の一方的決定権限を与える条項（D）
・事業者に契約内容の一方的変更権限を与える条項（A，B，C，D）
・事業者に給付期間についての一方的決定権限を与える条項（B，D）
・消費者の利益に重大な影響を及ぼす事業者の意思表示に，不相当に長期の期限又は不確実な期限を定める条項（D）
・商品が契約に適合しているか否かを一方的に決定する権利を事業者が留保する，又は契約の文言を解釈する排他的権利を事業者に与える条項（D）
・事業者が業務上知るに至った客の秘密を正当な理由なしに漏洩することを許す条項(D)

[その他事業者に有利な条項]
・短期間での値上げや不相当に高い値上げを定める条項（B，D）
・事業者が第三者と入れ替わることを許す条項（D）

[消費者の権利を不相当に制限する条項]
・事業者の不完全履行の場合の消費者の権利を排除又は制限する条項（A，B，D）
・消費者の損害賠償請求権を排除又は制限する条項（A，D）
・消費者が自己の財産に権利を設定することを制限する条項（A）
・消費者が第三者と契約することを不相当に制限する条項（D）
・消費者の同時履行の抗弁権（又は留置権）を排除又は制限する条項（D）
・消費者の有する相殺権限を奪う条項（D）
・消費者に与えられた期限の利益を相当な理由なしに剥奪する条項（D）

[消費者に過重な義務を負わせる条項]
・消費者の義務や責任を加重する条項（A，B，D）

・消費者に過量な又は不相当に長期にわたる物品又は役務を購入させる条項（B，C，D）
・委任の責任を超える責任を消費者の代理人に負わせる条項（D）

［契約の解除・解約に関する条項］
・事業者に不相当な解除・解約の権限を与える条項（B，D）
・事業者からの解除・解約の要件を緩和する条項（A，D）
・消費者からの解除・解約の権利を制限する条項（B，C，D）

［損害賠償額の予定，違約罰等に関する条項］
・消費者にとって過大な損害賠償額の予定（違約罰）を定める条項（A，B，C，D）
・消費者の債務不履行に対して，消費者に過大な義務を課す又は事業者の責任を過度に制限する条項（A）

［紛争解決に関する条項］
・消費者に不利な専属的合意管轄を定めた条項（A，C，D）
・紛争解決に当たっては，事業者の選定した仲裁人による仲裁によるものとする旨の条項（A）

［その他］
・一定の作為又は不作為に表示としての意味を持たせる条項（例：物品の包装を開封したことをもって，返品の意思がないものとみなすことを定めた条項）（D）
・消費者にとって重要な事業者の意思表示が，仮に消費者に到達しなかった場合においても消費者に到達したものとみなす条項（D）
・消費者の意思表示の方式その他の要件について，不相当に厳しい制限を加える条項（D）

（注）　A：裁判上，無効とされた又は適用が制限されたことのある条項
　　B：「全国消費生活情報ネットワーク・システム（ＰＩＯ－ＮＥＴ）」に収集された苦情・相談に見られる条項
　　C：都道府県・政令指定都市において制定されている消費者保護条例等に規定されている条項
　　D：諸外国（ＥＵ，ドイツ，韓国）の立法等において規定されている条項

（参考１）消費者政策部会及び消費者契約適正化委員会　委員名簿　　（五十音順）

（消費者政策部会　委員名簿）

部　会　長	落合　誠一	東京大学法学部教授
部会長代理	及川　昭伍	国民生活センター理事長
委　　員	安西　邦夫	東京ガス㈱取締役社長
	岩崎　榮	日本医科大学主任教授
	岩田　三代	日本経済新聞社生活家庭部次長
	浦川　道太郎	早稲田大学法学部教授
	大賀　典雄	ソニー㈱代表取締役会長
	太田　宏	読売新聞社論説委員
	河野　俊二	東京海上火災保険㈱取締役会長
	鈴木　敏文	㈱イトーヨーカ堂代表取締役社長
	島田　和夫	東京経済大学経済学部教授
	竹本　成徳	日本生活協同組合連合会会長理事
	時子山ひろみ	日本女子大学家政学部教授
	永井　多恵子	㈶世田谷文化生活情報センター館長 日本放送協会解説委員
	野口　敞也	日本労働組合総連合会副事務局長
	野村　豊弘	学習院大学法学部教授
	馬場　久萬男	㈶食品産業センター理事長
	福川　伸次	㈱電通総研代表取締役社長兼研究所長
	福原　義春	㈱資生堂取締役会長
	政野　澄子	全国地域婦人団体連絡協議会監査
	増田　滋	日本食品関連産業労働組合連合会中央執行委員長
	吉岡　初子	主婦連合会事務局長

（消費者契約適正化委員会　委員名簿）

委員長	落合　誠一	東京大学法学部教授
委員長代理	野村　豊弘	学習院大学法学部教授
委員	浦川　道太郎	早稲田大学法学部教授
	河上　正二	東北大学法学部教授
	江津　定年	東京都生活文化局消費生活部企画調整課長
	島田　和夫	東京経済大学経済学部教授
	鈴木　寛	東京ガス㈱経営調査部長
	新美　育文	明治大学法学部教授
	廣田　尚久	弁護士
	松本　恒雄	一橋大学法学部教授
	山下　友信	東京大学法学部教授
	山田　誠一	神戸大学法学部教授
	山本　豊	上智大学法学部教授
	吉岡　邦彦	㈳消費者関連専門家会議理事長
	吉岡　初子	主婦連合会事務局長

（参考２）「全国消費生活情報ネットワーク・システム（ＰＩＯ－ＮＥＴ）」に収集された苦情・相談事例

【契約締結過程】

1 情報提供義務違反（説明不足）の疑いのある事例

（件名）建築条件付土地を契約。同時に建築中の西隣の家が当初の図面と非常に違い影響を受ける。重要事項の告知義務違反では。
（概要）何棟かを同時に造っている。西隣の建物は南に張り出したため西側が塞がれた感じになる。また屋根は切妻の高い屋根に変わった。窓は覗かれる形に付いている。ほとんど立ち上がった現段階になって，売主は「許容の範囲内だ。説明せずに申し訳ない。」と言う。それまで２度も説明を求めたのに応じなかった。値引きとプライバシー保護を求めたい。

（件名）養老保険が満期になったが，死亡保険金に配当金がつくが生存保険金につかないのは不当ではないか。
（概要）昨年の７月に養老保険が満期になった。しかし，配当金が死亡保険金にのみ増え，実際生存保険金を受け取る際は，配当金がつかない契約内容と後で知った。他者の養老保険は配当金をもらえたのに不当ではないか。

2 不実告知（虚偽説明）の疑いのある事例

（件名）証券会社のセールスマンから危険はないからとワラントを勧められ，信用したのに大損をした。
（概要）セールスマンから，「危険はないが，万一マイナスが出たら会社の責任で埋める。」というので信用したが，大損となり，これを埋めるため，新規上場株をくれたが更に損失を増やした。このセールスマンによると，「当県ではそのような一任勘定で皆損をしている。」という。調査の上，当県より同社を放逐してほしい。

（件名）「黒電話は使えなくなる」と強引に新しい電話機を契約させられた。解約したい。
（概要）自宅を訪問してきたセールスマンに，「今使っている黒電話は使えなくなる。毎月1,000円払えばよいので新しいものと交 換するように」と言われた。最初は断ったが，セールスマンの口調が恐かったので言われるまま，息子名義で契約した。夜，息子に相談したら反対されたので，２日目に口頭で断った。受けっている商品を引き取るように言ってもなかなか来ない。

3 威迫・困惑行為の疑いのある事例

（件名）行政書士講座の電話勧誘があり，一旦断ったが，書類が送付されて「契約しないと給料を差し押さえる。」と強い調子で言われ，契約した。解約できないか。

（件名）20才になったばかりの息子が，自宅への電話で営業所に呼び出され，特典のある会に入会し，絵画を購入したという。
（概要）友人を装って電話してきた。就職活動の一環と思って会社に出向いたところ４時間半にわたって会員の特典を説明されたという。

4　不意打ち条項（不意打ち的勧誘）の疑いのある事例

（件名）紹介で健康食品を販売する会に入会したが，説明と違う事が多い。やめたい。
（概要）新聞に「夢のビジネス革命」という広告が載っており，連絡した。入会金，商品代を含め782,500円を現金で払ったが領収書はもらっていない。健康食品だけのはずが一部化粧品も含まれていた。人に紹介する他，新たに商品を買わなければならず，自分の在庫が売れない。

【契約内容】

1　事業者の責任を不当に軽くする契約

（件名）美容整形外科で豊胸手術をしたが失敗。そのために入院しなくてはならない。損害賠償請求ができるか。
（概要）シリコンを注入。しばらくして炎症を起こしたので抜いたが，その後化膿した。そのため手術することになり，総合病院へ入院することになった。その間休むので，その間の給料補償，入院，手術代の請求をしたい。整形外科では，「けがが治ったらまた入れてあげる。返金はしない」と言う。

（件名）大型の自動二輪車を購入したが，走行中エンストを繰り返し，修理しても直らない。返品・返金を求めたが拒絶された。
（概要）納車２ヶ月後に特定の回転数でエンジンが止まるようになった。キャブレター調整やプラグ交換等したが改善しないためエンジン内の部品を全部交換した。「原因はエンジンバルブにすき間があったため」と言われた。交換後１ヶ月余りは好調だったが，最近エンストが再発した。

2　事業者に一方的な権限を与える契約

（件名）10年前に入会したスポーツクラブを子会社に移管するので改めて入会金を払うようにと言われた。納得できない。

（概要）10年前，入会金48万円と保証金72万円を支払ってスポーツクラブに入会した。５月８日突然業者から「今月末に一度閉鎖をし，７月から子会社が再度始める」と連絡があった。「本来入会金は返済しなくてもいいのだが，10%だけ返す」「７月には入会金20万円と保証金30万円を払って」との話だったが，払いたくない。

３　その他事業者に有利な条項（短期間での値上げや不当に高い値上げを定める契約）

（件名）韓国旅行を申し込んだが，残金を支払いに行ったところ，一方的に旅行代金の変更を告げられた。

（概要）５月初旬に申し込み，５月下旬に内金20,000円を払った。２日前に残金10,000円の支払いに行ったところ，「６月に料金が改定されたので，30,000円の予定から49,600円になった」と言われた。度々旅行会社に連絡を入れていたが，料金改定のことは全く連絡がなかった。

４　消費者の権利を不当に制限する契約

（件名）２年前，英会話教室の契約をしたが，結局，出産，育児と忙しく通えなくなったのでやめたい。

（概要）百貨店内の書店で，「無料の英会話体験レッスンを受けてみないか」と声をかけられ，数日後，英会話教室の見学に行き，契約した。174時間の契約をし，47時間受講したところで，妊娠のため休学した。復学するつもりだったが，子育てのため通えなくなり，解約を申し出たところ，「残り127時間分の受講料は返金しない」と言われた。

５　消費者に過重な義務を負わせる契約

（件名）２年間住んだ賃貸アパートを明け渡したところリフォーム代金として敷金全額を没収された上，132,000円を追加請求された。

（概要）壁クロス貼換え，畳交換等，25万余円の請求書が送付された。契約書には，「解約時に敷金からリフォーム代及び損害金をひく」とある。夫婦のみの暮らしで，タバコも吸わず，通常以上の損耗はない。

６　事業者に不当な解除・解約の権限を与える契約

（件名）契約期間中なのに一方的に契約解除すると言う月極駐車場業者。

（概要）９６年１１月から９７年１０月まで，駐車場の賃貸契約をした。５月に，「６月

末日で都合により契約解除する」との知らせが届いた。抗議の電話をしたら，契約書に途中でも解除することがあると記されていると言われた。納得できない。７月分まで駐車料は支払っている。

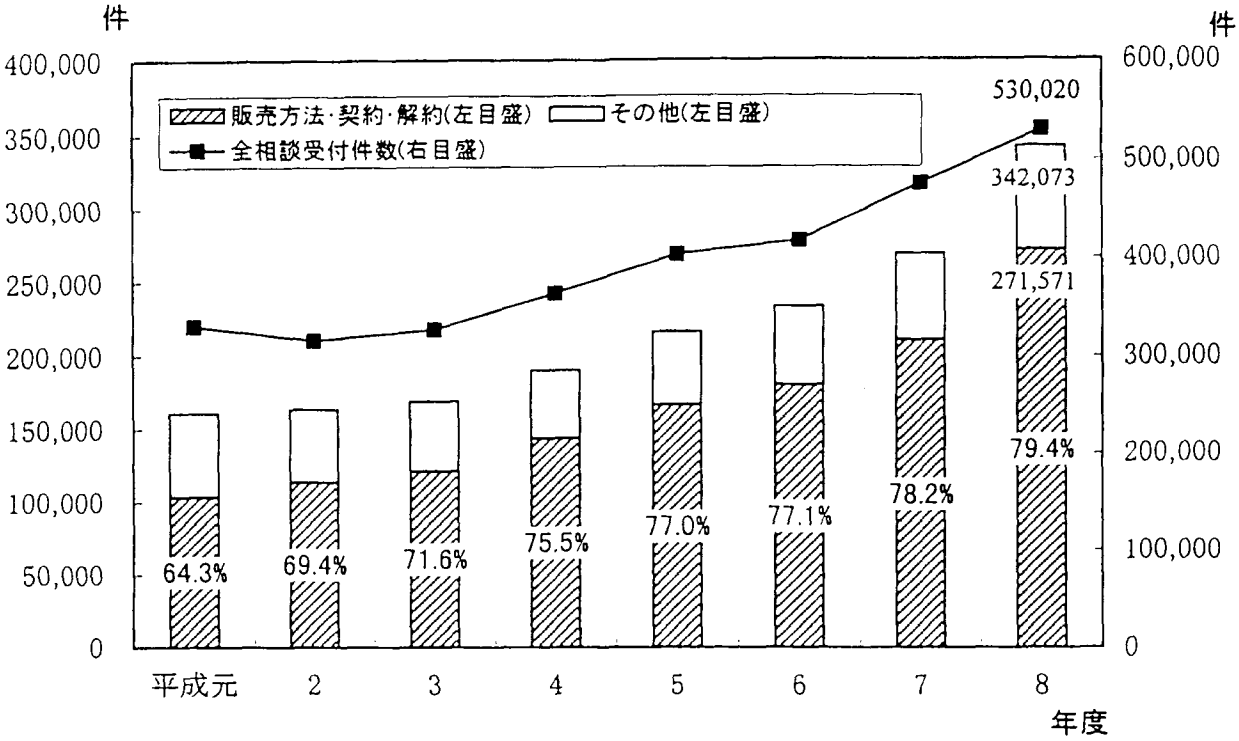
7　消費者の解除・解約の権利を制限する契約

（件名）海外勤務になったので，スポーツクラブの解約を申し出たが，応じてくれない。
（概要）会員規約に「途中解約はできない」とあったように記憶しているが，自己都合による途中解約ではない。

8　消費者に不当な損害賠償義務等を負わせる契約

（件名）１ヶ月7,000円の駐車代を11カ月未納にして，77,000円を一括で払ったが，損害金330,000円を要求された。納得いかない。
（概要）契約書には，滞納した場合，１日1,000円の損害金を払うことになっているから，330日で330,000円だと言う。契約書を見ると，やはりそう書かれていたが，高額で納得いかない。

国民生活センター・消費生活センター等における相談受付件数の推移



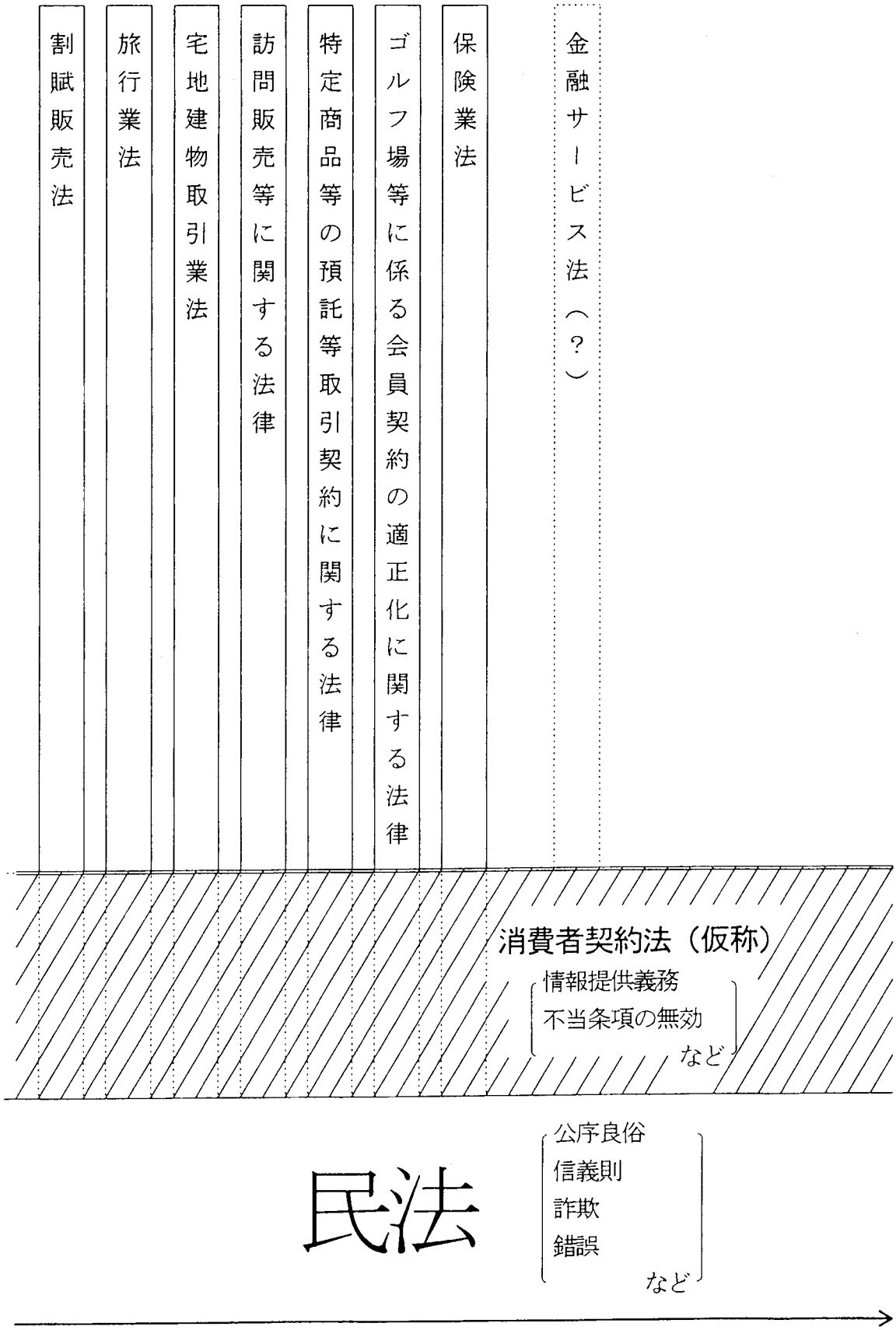
(備考) 1. 国民生活センター資料により作成。
2. 1件の相談につき，複数項目への計上あり。
3. 「販売方法・契約・解約」，「その他」については，全相談受付件数のうち，全国消費生活ネットワークシステム(PIO-NET)に収集されたものに限る。

商品・役務別相談事項（件数についての上位10位）

	１９９５年度	１９９６年度
1	資格講座	アクセサリー
2	クリーニング	資格講座
3	自動車	サラ金
4	ふとん類	クリーニング
5	賃貸アパート・マンション	賃貸アパート・マンション
6	サラ金	自動車
7	新聞	ふとん類
8	補習用教材	新聞
9	化粧品類	補習用教材
10	健康食品	電話機器・ファックス

（参考３）

消費者取引関連法



（参考４）

消費者契約に関する各国の法制度

法律＼国名	イギリス	フランス	ドイツ	アメリカ	日　本
契約締結過程（錯誤，詐欺及び強迫に該当するものを除く。）に係る法律	不実表示法(1967) ・善意の不実表示の規制 （「非良心性」の法理(※1)（判例法）） （「不当威圧」の法理(※2)（判例法））	消費法典(1993) ・情報提供義務	（「契約締結上の過失」の法理(※3)（判例法））	統一商事法典(1952) ・非良心性の法理(※1)の適用 （「不実表示」の法理(※4)（判例法）） （「不当威圧」の法理(※2)（判例法））	（なし） ・民法（信義則，公序良俗，債務不履行，不法行為）の適用
契約条項に係る法律	不公正契約条項法(1977) ・免責条項の規制 消費者契約における不公正条項規則(1994) ・不公正条項の規制 ・契約の解釈原則（消費者に有利に）	消費法典(1993) ・一定の不当条項の規制 ・契約の解釈原則（消費者に有利に）	普通取引約款規制法(1976) ・個別交渉なき約款条項の規制 ・不明瞭原則（約款使用者に不利に）	統一商事法典(1952) ・非良心性の法理(※1)の適用 （「作成者不利の原則」（判例法））	（なし） ・民法（信義則，公序良俗）の適用

（※１）「非良心性」の法理：契約締結過程において，詐欺や錯誤等には該当しないが，非良心的と評価される事情がある場合で，契約条項が不公正である場合に，契約の効力を否定する考え方。

（※２）「不当威圧」の法理：契約締結過程において，当事者の一方が相手方の不当な影響ないし非良心的な強迫を受け，そのために自由な判断を行使することができなかった場合に，そのような事情のもとに締結された契約や合意などを取り消すことができるとする考え方。

（※３）「契約締結上の過失」の法理：契約締結過程において，一方の当事者の行為により，相手方に損害が発生した場合に，信義則に基づき損害賠償や契約解除を求めることができるとする考え方。

（※４）「不実表示」の法理：契約相手方による事実と一致しない書面又は口頭による表示が原因で契約が締結されたような場合に，当該契約が取り消しうるとする考え方。

［安田火災記念財団叢書　No.54 ］

講演会「消費者契約法立法の論点」

東京大学法学部教授　落合 誠一氏

発行日　平成10年6月10日

発行者　財団法人安田火災記念財団

〒160-8338 東京都新宿区西新宿1-26-1

TEL　03-3349-3130　FAX　03-3349-3133