

消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）

2014年（平成26年）7月17日
日本弁護士連合会

＜「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」の提言に当たって＞

1 消費者契約法の制定と意義

消費者契約法（以下「本法」という。）は、消費者・事業者間の情報・交渉力格差の是正という観点から、消費者契約に関する包括的民事ルールを規定する民法等の特別法として、2000年（平成12年）4月に制定され、2001年（平成13年）4月に施行された。

本法が施行されてから既に13年以上が経過した。その間に本法が消費者の権利実現のために果たした重要な役割、裁判例の蓄積、実務への定着等によって、今や本法は消費者の権利実現のために欠かせない重要な法律となっている。

2 実体法改正の必要性

もっとも、本法の施行後も消費者契約被害の発生は後を絶っておらず、現在もその被害の実情は深刻かつ多数である。特に我が国における急速な高齢化社会の進展、インターネットを使った消費者取引の拡大は、本法の制定当時には想定されていなかったような新たな消費者被害を多数生み出している。

本法の私法実体法規定は、もともと制定過程において提唱されていた第16次国民生活審議会消費者政策部会中間報告等に比して縮小・後退した内容で制定された経緯があり、本法制定時の衆議院商工委員会及び参議院経済・産業委員会の附帯決議でも、施行後の状況について分析・検討を行い、5年を目途に見直しを含めた措置を講ずることとされていた。

また、2005年（平成17年）4月に閣議決定された「消費者基本計画」では、「消費者契約法施行後の状況について分析・検討するとともに、消費者契約に関する情報提供、不招請勧誘の規制、適合性原則等について幅広く検討する。」、「平成19年までに消費者契約法の見直しについて一定の結論を得る。」とされ、2010年（平成22年）3月に閣議決定された「消費者基本計画」では、「消費者契約法に関し、消費者契約に関する情報提供、不招請勧誘の規制、適合性原則を含め、インターネット取引の普及を踏まえつつ、消費者契約の不当勧誘・不当条項規制の在り方について、民法（債権関係）改正の議論と連携して検討します。」とされた。

さらに、2009年（平成21年）11月から開始されている法務省法制審議

会民法（債権関係）部会における民法改正論議の中では、民法の原則規定に対する消費者契約の特則の要否・内容が論じられたが、それらは最終的に民法改正ではなく、消費者契約法の実体法改正に委ねられた。

加えて、内閣府消費者委員会は、2011年（平成23年）8月、「消費者契約法の改正に向けた検討についての提言」を発表したのみならず、2013年（平成25年）8月、「『消費者契約法に関する調査作業チーム』論点整理の報告」を公表し、消費者契約法の実体法改正が必要な具体的な論点を呈示している。

このように、現在の消費者契約被害の実情、本法制定時に積み残した課題、本法制定後の社会・経済状況の変化、法制度や裁判例や議論の進展等を考慮した場合、本法の私法実体法規定を現行法よりも充実させる方向で法改正することは必要不可欠かつ急務な立法課題である。

かかる状況の下、消費者庁において、2014年（平成26年）3月、「消費者契約法の運用状況に関する検討会」が立ち上げられ、いよいよ消費者契約法の実体法改正に向けた実務作業が始動した。

3 当連合会の従前の活動と今般の提言

この問題について、当連合会では、本法制定過程において「消費者契約法日弁連試案」（1999年（平成11年）10月）等を提言し、本法施行後も「消費者契約法の実体法改正に関する意見書」（2006年（平成18年）12月14日）、「消費者契約法の実体法規定の見直し作業の早期着手を求める意見書」（2011年（平成23年）11月24日）、「消費者契約法日弁連改正試案」（2012年（平成24年）2月16日）を公表し、本法の私法実体法規定のあるべき改正内容や早期見直しの必要性を提言してきた。

今般、当連合会が提言する「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」（以下「本試案」という。）は、新民法典において消費者や消費者契約に関する特則規定が立法される可能性が極めて低くなった状況の下、消費者契約法の実体法改正に向けた実務作業が始動した現時点において、消費者契約被害の現状、本法の施行状況や裁判例の蓄積、本法をめぐる国内外の議論の進展等を踏まえ、法廷・交渉・相談といった現場において日々消費者被害の救済にあたっている法律実務家の視点から見たあるべき消費者契約に関する包括的民事ルールの具体的な内容を呈示するという観点より、本法の私法実体法規定の改正試案を提言するものである。

4 本試案の前提ないし留意点

第1に、本試案は、法務省法制審議会における民法（債権関係）改正論議を視野に入れつつも、あくまでも現行の民法の規定の在り方を前提としている。また、本試案は、民法の諸規定の将来的な在り方については、特定の立場を前提として

いない。すなわち、本試案は、民法改正論議において消費者契約に限定しない形での立法の是非が議論されている問題も含んでいるが（例：約款規制、情報提供義務など）、民法典における上記のような立法について積極的に反対する趣旨ではない。また、現行の民法の規定が改訂された場合には、それに伴う見直しが必要な提言内容を含んでいる。

第2に、本試案は、そこに列挙されていない消費者保護規定の立法の必要性を否定する趣旨ではない。本試案は、現代社会で立法化が必要な消費者契約に関する私法実体法規定の全てを網羅できているものではなく、当連合会は、今後も、本試案に対して頂戴する意見等を踏まえ、消費者契約に関する包括的民事ルールを定める法律としての本法の内容の充実に向け、検討と提言を重ねてゆく所存である。

以上

【 消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）】

第1章 総則

（目的）

第1条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができること、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とすること等のほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができることとすることにより、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。

（定義）

- 第2条 この法律において「消費者」とは、個人（事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人を除く。）をいう。
- 2 この法律（第43条第2項第2号を除く。）において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人をいう。
- 3 この法律において「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう。
- 4 この法律において「適格消費者団体」とは、不特定かつ多数の消費者の利益のためにこの法律の規定による差止請求権を行使するのに必要な適格性を有する法人である消費者団体（消費者基本法（昭和43年法律第78号）第8条の消費者団体をいう。以下同じ。）として第13条の定めるところにより内閣総理大臣の認定を受けた者をいう。

第2章 消費者契約

第1節 契約の成立

（情報提供義務・説明義務）

- 第3条 事業者は、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、消費者に対し、当該契約に関する事項であって、次の各号に掲げるものについて、その情報を提供し、説明しなければならない。
- 一 当該消費者契約を締結するか否かに関して消費者の判断に通常影響を及ぼす

べきもの

- 二 当該消費者契約を締結するか否かに関して当該消費者の判断に特に影響を及ぼすもの（当該消費者の当該判断に特に影響を及ぼすものであることを当該事業者が当該消費者契約締結時に知り，又は知ることができる場合に限る。）
- 2 前項の場合には，事業者は，消費者が通常理解することができる方法及び程度で，情報を提供し，説明をしなければならない。ただし，当該消費者が理解することが困難であると認められる事情があり，かつ，当該事業者が当該消費者契約締結時に当該事情を知り，又は知ることができる場合には，当該事業者は，当該消費者が理解することができる方法及び程度で，情報を提供し，説明しなければならない。

（誤認惹起行為）

第4条 消費者は，事業者が消費者契約の締結に先立ち，又は締結の際に，当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし，それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは，これを取り消すことができる。

- 一 重要事項について事実と異なることを告げること。当該告げられた内容が真実であるとの誤認
- 二 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に関し，不確実な事項につき断定的判断を提供すること。当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認
- 2 消費者は，事業者が消費者契約の締結に先立ち，又は締結の際に，当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ，かつ，当該重要事項について当該消費者の不利益となる事項（当該告知により当該事項が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を告げなかったことにより，当該事項が存在しないとの誤認をし，それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは，これを取り消すことができる。ただし，当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず，当該消費者がこれを拒んだときは，この限りでない。
- 3 第1項第1号及び前項の「重要事項」とは，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をいう。
- 4 第1項及び第2項の規定による消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは，これをもって善意で，かつ，過失がない第三者に対抗することができない。

（困惑惹起行為）

第5条 消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

- 一 当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又は業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。
 - 二 当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。
 - 三 当該事業者が、当該消費者に対して、威迫する言動、不安にさせる言動、迷惑を覚えさせるような仕方その他心理的な負担を与える方法で勧誘すること。
- 2 前条第4項の規定は前項の場合に準用する。

（つけ込み型不当勧誘）

第6条 消費者は、事業者が、当該消費者の困窮、経験の不足、知識の不足、判断力の不足その他の当該消費者が消費者契約を締結するかどう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不当に利用して、当該消費者に消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をさせたときは、これを取り消すことができる。

- 2 第4条第4項の規定は前項の場合に準用する。

（不当勧誘行為と損害賠償義務）

第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りではない。

- 一 第3条第1項又は第3条第2項の規定に反する行為を行うこと
- 二 当該消費者契約の締結の勧誘の要請をしていない消費者に対し、訪問、電話、ファクシミリ装置を用いた送信又は電子メール等の送信により、当該消費者契約の締結について勧誘すること。
- 三 当該消費者契約を締結しない旨の意思を表示した消費者に対し、当該消費者契約の締結について勧誘すること。
- 四 当該消費者の契約締結の目的、契約締結の必要性、知識、経験、理解力、財産の状況等に照らして不適当な契約を勧誘する行為
- 五 第4条第1項、第4条第2項、第5条第1項又は第6条第1項に該当する行

為を行うこと。

(消費者公序)

第8条 消費者契約が公の秩序又は善良の風俗に反するか否かを判断するに当たっては、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差の存在、当該消費者契約の目的及び内容並びに締結に至る経緯その他一切の事情を考慮するものとする。

2 事業者に過大な利益を得させ、又は消費者に過大な不利益を与える法律行為が、当該事業者が当該消費者に対して不当勧誘行為を行ったことによってなされたものであるときは、公の秩序又は善良の風俗に反し無効とする。

(媒介の委託を受けた第三者及び代理人)

第9条 第4条から第6条までの規定及び民法(明治29年法律第89号)第96条第1項の規定のうち詐欺による意思表示の取消しの規定は、事業者が第三者に対し、当該事業者と消費者との間における消費者契約の締結について媒介をすることの委託(以下この項において単に「委託」という。)をし、当該委託を受けた第三者(その第三者から委託を受けた者(二以上の段階にわたる委託を受けた者を含む。)を含む。次項において「受託者等」という。)が消費者に対して第4条から第6条までに規定する行為及び民法第96条第1項に規定する詐欺行為をした場合について準用する。

2 消費者契約の締結に係る消費者の代理人(復代理人(二以上の段階にわたり復代理人として選任された者を含む)を含む。以下同じ。)、事業者の代理人及び受託者等の代理人は、第4条から第6条までの規定及び民法第96条第1項(前項において準用する場合を含む。次条及び第11条において同じ。)の適用については、それぞれ消費者、事業者及び受託者等とみなす。

3 第4条から第6条までの規定及び民法第96条第1項の規定のうち詐欺による意思表示の取消しの規定は、第三者が消費者に対して第4条から第6条までに規定する行為又は民法第96条第1項に規定する詐欺行為を行い、当該消費者が当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をした場合において、当該第三者が第4条から第6条までに規定する行為又は民法第96条第1項に規定する詐欺行為をしたことを当該事業者が知っていたとき又は知ることができたときについて準用する。

(解釈規定)

第10条 第4条から第6条までの規定は、これらに規定する消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示に対する民法第96条の規定の適用を妨げるものと解してはならない。

（取消権の行使期間等）

第11条 この法律の規定による取消権は、取消しの原因となっていた状況（心理的な影響を含む。）が消滅した時から3年間これを行使しないときは、時効によって消滅する。当該消費者契約の締結の時から10年を経過したときも、同様とする。

2 会社法（平成17年法律86号）その他の法律により詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができないものとされている株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出が消費者契約としてされた場合には、当該株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出に係る意思表示については、第4条第1項及び第2項、第5条第1項並びに第6条第1項（第9条各項において準用する場合を含む。）の規定によりその取消しをすることができない。

（追認及び法定追認の排除）

第12条 民法第122条から第125条までの規定は、この法律の規定による意思表示の取消しについては適用しない。

（消費者契約約款）

第13条 この法律において、「消費者契約約款」とは、名称や形態のいかんを問わず、事業者が多数の消費者契約に用いるためにあらかじめ定式化した契約条項の総体をいう。

- 2 消費者契約約款は、事業者が契約締結時までに消費者にその消費者契約約款を提示して（以下「開示」という。），当事者の双方がその消費者契約約款を当該消費者契約に用いることに合意したときは、当該消費者契約の内容となる。
- 3 消費者契約の性質上、契約締結時までに消費者契約約款を開示することが著しく困難な場合において、事業者が、消費者に対し契約締結時に消費者契約約款を用いる旨の表示をし、かつ、契約締結時までに、消費者契約約款を消費者が知ることができる状態に置いたときは、当該消費者契約約款は当該契約締結時に開示されたものとみなす。
- 4 消費者契約の類型及び交渉の経緯等に照らし、消費者にとって予測することができない消費者契約約款の条項は契約の内容とならない。
- 5 消費者契約約款が第2項又は第3項の規定によって消費者契約の内容となっている場合において、次の各号に掲げる要件の全てを満たす場合には、事業者は、消費者の個別の同意を得ることなく、契約内容の変更をすることができる。
 - 一 当該消費者契約約款の内容を画一的に変更すべき合理的な必要性があること。
 - 二 当該消費者契約約款を使用した消費者契約が現に多数あり、全ての消費者から契約内容の変更についての同意を得ることが著しく困難であること。
 - 三 第一号の必要性に照らして、当該消費者契約約款の変更の内容が合理的である。

り，かつ，変更の範囲及び程度が相当なものであること。

四 当該消費者契約約款の変更の内容が消費者に不利益なものである場合にあっては，その不利益の程度に応じて適切な措置が講じられていること。

6 前項の消費者契約約款の変更は，事業者が，消費者に対し，約款を変更する旨及び変更後の約款の内容を約款変更時までに提示することにより効力を生ずるものとする。ただし，契約の性質上，変更後の約款を提示することが困難な場合にあっては，事業者が，消費者において，変更後の約款を容易に知ることができる状態に置き，かつ，変更後の約款を知るための方法を消費者に通知することにより，効力を生ずるものとする。

第2節 契約の内容

（契約条項の明確化・平易化）

第14条 事業者は，消費者契約の条項を定めるにあたっては，消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について消費者にとって明確かつ平易な表現を用いなければならない。

（契約条項の解釈準則）

第15条 消費者契約の条項が不明確であるため，その条項につき複数の解釈が可能である場合は，消費者にとって最も有利に解釈しなければならない。

（不当条項の効力に関する一般規定）

第16条 消費者契約の条項であって，当該条項が存在しない場合と比較して，消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害するもの（以下「不当条項」という。）は無効とする。

2 消費者契約の条項が消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害しているかどうかの判断にあたっては，当該契約条項の目的及び内容，当該契約の性質及び契約全体の趣旨，同種の契約に関する任意規定が存在する場合にはその内容等を総合考慮して，消費者契約法の目的に照らし判断する。

（不当条項とみなす条項）

第17条 次に掲げる消費者契約の条項は，不当条項とみなす。

- 一 事業者の債務不履行により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除する条項
- 二 事業者の債務不履行（当該事業者，その代表者又はその使用者の故意又は重大な過失によるものに限る。）により消費者に生じた損害を賠償する責任の一部を免除する条項

三 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた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を免除する条項

四 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為（当該事業者，その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。）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一部を免除する条項

五 消費者契約が有償契約である場合において，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるとき（当該消費者契約が請負契約である場合には，当該消費者契約の仕事の目的物に瑕疵があるとき。以下同じ。）に，当該瑕疵により消費者に生じた損害を賠償する事業者の責任の全部を免除する条項。ただし，次に掲げる場合を除く。

イ 当該消費者契約において，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに，当該事業者が瑕疵のない物をもってこれに代える責任又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で，当該責任に基づく義務が履行された場合

ロ 当該消費者と当該事業者の委託を受けた他の事業者との間の契約又は当該事業者と他の事業者との間の当該消費者のためにする契約で，当該消費者契約の締結に先立って又はこれと同時に締結されたものにおいて，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに，当該他の事業者が，当該瑕疵により当該消費者に生じた損害を賠償する責任の全部若しくは一部を負い，瑕疵のない物をもってこれに代える責任を負い，又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で，当該責任に基づく義務が履行された場合

六 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し，又は違約金を定める条項。ただし，これらを合算した額が，当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えない部分を除く。

七 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日（支払回数が二以上である場合には，それぞれの支払期日。以下この号において同じ。）までに支払わない場合における損害賠償の額を予定し，又は違約金を定める条項であって，これらを合算した額が，支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について，その日数に応じ，当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控除した額に民法が定める法定利率の2倍の割合を乗じて計算した額を超えるものについて，当該超える部分。

八 契約の解釈，事業者の消費者に対する権利の発生若しくは行使の要件に関する判断，又は事業者が消費者に対して負担する責任若しくは責任免除に関する判断について事業者のみが行うものとする条項

九 法令に基づく消費者の解除権を認めない条項

十〇 事業者が消費者に対して役務の提供を約する契約において、当該消費者の事前の同意なく、事業者が第三者に当該契約上の地位を承継させることができるものとする条項

十一 事業者が契約上、消費者に対して有する債権を第三者に譲渡する場合に、消費者があらかじめ異議を留めない承諾をするものとする条項

十二 事業者が任意に債務を履行しないことを許容する条項

十三 民法その他の法令の規定により無効とされることがない限りという旨の文言を付記して、最大限に事業者の権利を拡張し又は事業者の義務を減免することを定める条項

(不当条項と推定する条項)

第18条 次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項と推定する。

一 消費者の一定の作為又は不作為により、消費者の意思表示がなされたもの又はなされなかつたものとみなす条項

二 一定の事実があるときは、事業者の意思表示が消費者に到達したものとみなす条項

三 事業者に対し、契約上の給付内容又は契約条件を一方的に決定又は変更する権限を付与する条項

四 消費者が事業者からの一方的な追加担保の要求に応じなければならないとする条項

五 事業者の保証人に対する担保保存義務を免除する条項

六 消費者の利益のために定められた期限の利益を喪失させる事由（民法第137条各号に掲げる事由その他消費者に信用不安が生じたと客観的に認められるような事由を除く。）を定めた条項

七 事業者の消費者に対する消費者契約上の債務その他法令上の責任を制限する条項（第17条第1号から第5号までの規定に該当する場合を除く。）

八 事業者が契約の締結又は債務の履行のために使用する第三者の行為について事業者の責任を制限し又は免除する条項（第17条第1号から第5号までの規定に該当する場合を除く。）

九 消費者の権利行使又は意思表示について、事業者の同意、対価の支払、その他要式又は要件を付加する条項

十〇 消費者契約が終了した場合における事業者の消費者に対する原状回復義務、清算義務を減免する条項

十一 消費者に債務不履行があった場合に、事業者に通常生ずべき損害の金額を超える損害賠償の予定又は違約金を定める条項

十二 民法第295条、第505条又は第533条に基づく消費者の権利を制限

する条項。ただし、民法その他の法令の規定により制限される場合を除く。

十三 法令に基づく消費者の解除権を制限する条項

十四 期間の定めのない継続的な消費者契約において、事業者に対し、解約申し入れにより直ちに消費者契約を終了させる権限を付与する条項

十五 事業者の証明責任を軽減し、又は消費者の証明責任を加重する条項

十六 管轄裁判所を事業者の住所地又は営業所所在地に限定する条項、法律上の管轄と異なる裁判所を専属管轄とする条項その他消費者の裁判を受ける権利を制限する条項

十七 他の法形式を利用して、この法律又は公の秩序若しくは良俗に関する法令の規定の適用を回避する条項。

（不当条項の効果）

第19条 不当条項に該当する消費者契約の条項は、当該条項全体を無効とする。

ただし、この法律その他の法令に特別の定めがある場合又は当該条項全体を無効とすることが消費者の利益に反することになる場合は、この限りではない。

2 前項の場合においても、当該消費者契約の他の条項は効力を妨げられない。

ただし、当該条項が無効であったときには消費者が当該消費者契約を締結しなかったものと認められる場合、当該消費者契約は無効となる。

（不当条項使用行為と損害賠償義務）

第20条 事業者が、不当条項を含む消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を行ったことによって消費者の権利又は利益を侵害した場合には、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。

ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りでない。

第3節 取消し及び無効の効果等に関する消費者契約の特則

（消費者契約の取消し及び無効の効果）

第21条 この法律の規定により消費者契約が取り消され、又は無効となる場合は、消費者は、その契約によって現に利益を受けている限度において、返還の義務を負う。

2 前項の場合において、事業者が行った行為の態様、消費者が受けた不利益の内容及び程度、当該消費者契約の性質及び内容等を総合考慮して、信義誠実の原則に反すると認められる場合には、当該事業者は、当該消費者に対し、利益の全部又は一部について返還を請求することができない。

（複数契約の取消し、無効及び解除）

第22条 一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が存在するだけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の取消原因又は無効原因に基づき、複数の消費者契約全部の取消し又は無効を主張することができる。

2 一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が履行されただけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の解除原因に基づき、複数の消費者契約全部の解除を主張することができる。

（継続的契約の中途解約権）

第23条 消費者は、次の各号に該当する消費者契約を、事業者に対し相当な期間を定めて通知することによって、将来に向かって解約することができる。

- 一 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供し、消費者がこれを受領する契約
 - 二 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供する権利を販売し、消費者が当該権利を購入する契約
 - 三 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して物品等を販売し、消費者が当該物品等を購入する契約
 - 四 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり物品を賃貸し、消費者が当該物品を借り受ける契約
- 2 事業者は、前項の規定による中途解約がされた場合、消費者に対し、その名目を問わず、解約手続に必要な事務手数料及び契約期間1か月分の対価（当該消費者契約の性格に照らして合理的に考えられる最小区分の契約期間が1か月未満の場合には、その最小区分の契約期間の対価とする。）を上回る金銭の支払を請求することはできない。
- 3 第1項に規定する中途解約権を認めない消費者契約の条項は不当条項とみなす。
- 4 第1項に規定する中途解約権を制限する消費者契約の条項及び中途解約時に第2項に規定する金額を上回る金銭の支払を定める消費者契約の条項は、不当条項と推定する。

（目的物交付前解除権）

- 第24条 消費貸借契約の貸主が事業者であり，借主が消費者である場合には，借主は，消費貸借の目的物の交付を受けるまでは，契約の解除をすることができる。
- 2 貸主は，前項の規定による解除がなされた場合，消費者である借主に対し，これに基づく損害賠償請求をすることができない。
- 3 前2項の規定に反する消費者契約の条項は不当条項と推定する。

（期限前弁済）

- 第25条 貸主が事業者で借主が消費者である消費貸借契約においては，当事者が返還の時期を定めた場合であっても，借主はいつでも返還をすることができる。
- 2 前項の規定により，借主から返還時期の前に返還がなされた場合であっても，貸主は借主に対し，これに基づく損害賠償請求をすることができない。
- 3 前2項の規定に反する消費者契約の条項は不当条項と推定する。

（抗弁権の接続）

- 第26条 消費者が事業者との間で有償の契約を締結するに伴い，当該消費者がその対価の全部又は一部の支払いに充てるため，当該事業者とは異なる事業者（以下「貸主」という。）との間で金銭消費貸借契約を締結する場合であって，当該有償契約と当該金銭消費貸借契約の目的及び締結の過程に牽連性が認められるときは，当該消費者は，当該有償契約において事業者に対して生じている事由をもって貸主に対する債務の弁済を拒むことができる。
- 2 前項の規定に反する消費者契約の条項は無効とする。
- 3 前2項の規定は，金銭消費貸借契約と実質的に同一の機能を有する与信契約に準用する。

（賃貸借契約における原状回復義務を加重する条項の無効）

- 第27条 賃借人が消費者で賃貸人が事業者である賃貸借契約において，賃貸借契約の終了に伴う目的物の返還に際して，自然損耗又は通常損耗によって目的物に生じた変化について消費者に補修義務を負わせる契約条項は，無効とする。

第4節 補則

（他の法律の適用）

- 第28条 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力については，この法律の規定によるほか，民法及び商法の規定による。
- 2 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力について民法及び商法以外の法律に別段の定めがあるときは，その定めるところによる。

第5節 事業者間契約への準用

（事業者間契約への準用）

第29条 事業者間の契約であっても、事業の規模、事業の内容と契約の目的との関連性、契約締結の経緯その他の事情から判断して、一方の事業者の情報の質及び量並びに交渉力が実質的に消費者と同程度である場合には、当該契約においては当該事業者を第2条1項の消費者とみなし、この法律の規定を準用する。

第3章 差止請求（略）

第4章 雜則（略）

第5章 罰則（略）

附則（略）

【 消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）・解説目次 】

第1章 総則

第1条（目的）	1
第2条（定義）	2

第2章 消費者契約

第1節 契約の成立

第3条（情報提供義務・説明義務）	5
第4条（誤認惹起行為）	8
第1項柱書・第1号 不実告知	8
第1項第2号 断定的判断の提供	11
第2項 不利益事実の不告知	13
第3項 重要行為	15
第4項 第三者対抗力	17
第5条（困惑惹起行為）	18
第6条（つけ込み型不当勧誘）	22
第7条（不当勧誘行為と損害賠償義務）	24
柱書	24
第1号 情報提供義務違反・説明義務違反	26
第2号 不招請勧誘違反	26
第3号 再勧誘	30
第4号 適合性原則違反	32
第5号 誤認惹起行為・困惑惹起行為・つけ込み型不当勧誘	35
第8条（消費者公序）	35
第9条（媒介の委託を受けた第三者及び代理人）	38
第10条（解釈規定）	40
第11条（取消権の行使期間等）	41
第12条（追認及び法定追認の排除）	44
第13条（消費者契約約款）	45

第2節 契約の内容

第14条（契約条項の明確化・平易化）	50
第15条（契約条項の解釈準則）	52
第16条（不当条項の効力に関する一般規定）	54
第17条（不当条項とみなす条項）	58
第18条（不当条項と推定する条項）	70

第 19 条 (不当条項の効果)	8 4
第 20 条 (不当条項使用行為と損害賠償義務)	8 5

第 3 節 取消し及び無効の効果等に関する消費者契約の特則

第 21 条 (消費者契約の取消し及び無効の効果)	8 6
第 22 条 (複数契約の取消し, 無効及び解除)	8 8
第 23 条 (継続的契約の中途解約権)	9 2
第 24 条 (目的物交付前解除権)	9 5
第 25 条 (期限前弁済)	9 6
第 26 条 (抗弁権の接続)	9 8
第 27 条 (賃貸借契約における原状回復義務を加重する条項の無効) ...	1 0 0

第 4 節 補則

第 28 条 (他の法律の適用)	1 0 1
------------------------	-------

第 5 節 事業者間契約への準用

第 29 条 (事業者間契約への準用)	1 0 3
---------------------------	-------

第 3 章 差止請求 (略)

第 4 章 雜則 (略)

第 5 章 罰則 (略)

附則 (略)

【 消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）・解説 】

第1章 総則

第1条 目的

【条文案】

（目的）

第1条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができること、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とすること等のほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができるとすることにより、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。

【解説】

1 現行法

＜第1条（目的）＞

この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができることとともに、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とするほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができるとすることにより、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。

2 法改正の必要性

現行法は、消費者契約の契約締結過程の適正化に向けた法規範として、誤認・困惑の2類型に関する取消規定しか置いていない。しかし、後述のとおり、それ以外の不当勧誘行為規制の条項（つけ込み型不当勧誘行為の取消規定、損害賠償規定など）も追加すべきである。

また、現行法は、私法実体法規定として、不当勧誘行為規制と不当条項規制という2つの法規範群を定めているだけであるが、消費者契約に関する包括的な民事ルールを定める法律として、継続的契約に関する中途解約権条項など、その他の民法上の原則に関する消費者契約の特則規定を広く規定することを

視野に入れる必要があると考える。

したがって、それらあるべき法改正の方向性に適合するように、目的規定である第1条も改正すべきである。

3 改正試案の提案内容

- (1) まず、今般の改正試案では、厳密には事業者・消費者間の格差は情報の質及び量並びに交渉力の格差にとどまらないことから、消費者基本法第1条の文言と平仄を合わせて「情報の質及び量並びに交渉力等の格差」と「等」を付加している。
- (2) また、今般の改正試案では、不当勧誘行為の取消規定や損害賠償規定の追加、継続的契約に関する中途解約権条項など、現行法にある消費者契約の取消し及び不当条項の無効を定めた規定以外の規定を広く消費者契約法に規定することを視野に入れていることから、「無効とすること等のほか」と「等」を付加している。

第2条 定義

【条文案】

(定義)

第2条 この法律において「消費者」とは、個人（事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人を除く。）をいう。

2 この法律（第43条第2項第2号を除く。）において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人をいう。

3 この法律において「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう。（以下省略）

【解説】

1 現行法

<第2条（定義）>

1 この法律において「消費者」とは、個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）をいう。

2 この法律（第43条第2項第2号を除く。）において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう。

3 この法律において「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう。

2 法改正の必要性

- (1) 本法の目的は、消費者と事業者との間の情報・交渉力格差に鑑み、消費者の利益の擁護を図ること等にある（第1条）。ところが、第2条第1項が定める「（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）」という除外規定は、事業者に対して情報・交渉力に劣る消費者として本法の保護を及ぼして然るべき場合を広範に除外してしまうおそれのある規定ぶりとなっている。
- (2) 例えば、全国的に問題となった節電器被害事件では、高額な節電器が飲食店等の個人事業者（居酒屋、お好み焼き屋など）に向けて販売された。この機器は実際にはただの電圧変換器に過ぎず節電効果はほとんどないばかりか、強制的に供給電圧を低くするため、使用した電化製品に悪影響を及ぼしかねない物であった（電圧の異なる海外で日本製の電化製品を使用するような状態となる。）が、購入した事業者は電気に関する取引を行う事業者ではないため、販売業者の「月々の電気料金が安くなる」「効果がある」といった勧誘に対して、交渉力、情報力の格差においては、一般個人と何ら差違がない状況での取引に晒されていた。

上記のような契約の目的が事業目的に直接関連しない紛争事案（消火器や節電目的の変電機の販売事案など）について、被害者に対する本法による保護を「消費者に当たらない」という理由で一切認めないことは問題である。本法における「消費者」の概念は、本法の目的（第1条）に照らした保護の必要性という観点から決定する必要がある。この観点からすれば、本来、個人事業者であっても当該事業と間接的にしか関連しない契約であれば、相手方事業者との間に構造的な情報・交渉力格差があるのであるから、本法の目的からは、消費者として保護すべきである。

- (3) この点、特定商取引法においては、たとえ事業者であっても事業目的と直接に関連しない取引については、クーリング・オフ等の消費者保護規定が適用されることが明らかにされている。

まず、「特定商取引に関する法律等の施行について」と題する平成18年1月30日付け経済産業省商局第1号経済産業大臣官房商務流通審議官通達第5節第1条では、「（法26条第1項第1号）の趣旨は、契約の目的・内容が営業のためのものである場合に本法が適用されないという趣旨であって、契約の相手方の属性が事業者や法人である場合を一律に適用除外とするものではない。例えば、一見事業者名で契約を行っていても、購入商品や役務が、事業用というよりも主として個人用・家庭用に使用するためのものであった場合は、原則として本法は適用される。特に実質的に廃業していたり、事業実態がほとんどない零細事業者の場合には、本法が適用される可能性が高い。」とされている。この通達は、事業者であっても、自己の営業の部類に属さない商品・役務について、消費者と同様の保護を与えようとした趣旨

と理解できる。

(4) また、実際の裁判例でも、事業者の取引行為であっても、事業と直接関連しない取引については、なお消費者保護法の適用対象として保護に値すると判示したものが存在する。

例えば、名古屋高判平成19年11月19日判タ1270号433頁は、印刷画工がリース会社と締結した電話機リース契約につき、特定商取引法におけるクーリング・オフ規定の適用の可否が問題となった事案において、特定商取引法の適用を肯定し、デザイン業を営んでおり、個人事業者であるから特定商取引法は適用されないとした原判決を取り消している。

また、東京地判平成20年7月29日消費者法ニュース77号178頁は、社会保険労務士が締結した電話機リース契約につき、特定商取引法におけるクーリング・オフ規定の適用の可否が問題となった事案において、リース物件である電話機は具体的業務との関係で業務上の必要性に乏しいこと等を理由に、特定商取引法の適用を肯定している。

さらに、大阪地判平成20年8月27日消費者法ニュース77号182頁は、建築設計業等を営む株式会社が締結した電話機リース契約につき、特定商取引法におけるクーリング・オフ規定の適用の可否が問題となった事案において、リース物件である電話機の機能は具体的業務との関係で業務上の必要性に乏しいこと等を理由に、株式会社に対してすら特定商取引法の適用を肯定している。

3 改正試案の提案内容

今般の改正試案の提案内容は、現行法が有する問題点ないし疑義を解消するため、特定商取引法の通達や裁判例を参考に、現行法第2条第1項及び第2項の事業者の定義規定（消費者からの除外規定）を「事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人」から「事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人」と改正することで、個人が消費者契約法上の消費者に該当する場合を拡張することを提案するものである。

上記の提案内容は、現行法の理念ないし解釈論からも導き得るところかもしれないが、現行法が有する上述のような問題点ないし疑義を解消するために、あえて明文化を提案するものである（条文中、「第43条・・・2号」は現行法のままである。）。

なお、「契約の目的が事業目的に直接関連しない事案」以外に、「契約の目的は事業目的に直接関連するものの、なお本法による法的保護の必要性が問題となる事案」も存在する（ホームページリースなど）。今回の改正試案では、消費者契約に関する一般法である本法における消費者概念は上述のとおり一義的で明確なものとしたうえで、第29条において、一定の場合に消费者的事業者に本法の準用を認める立法提案を行っている。

また、現行法下でも、大学生のスポーツクラブチームと宿泊業者との宿泊契

約のように、団体の構成員である個々の消費者と事業者との宿泊契約（消費者契約）の集合と評価できるような場合などには、形式的には「団体」「団体と事業者との契約」であっても「消費者」「消費者契約」と解釈することは可能であり、またそのように解釈することが合理的である（東京地判平成23年1月17日判時2150号49頁も同旨）。他にもPTA、同窓会、マンション管理組合といった団体についても、同様の考え方が妥当しうる。今般の改正試案は、現行法下においても「消費者」「消費者契約」を上記のように解釈できることについて、変更や修正を提案するものではない。

第2章 消費者契約

第1節 契約の成立

第3条 事業者の情報提供義務・説明義務

【条文案】

（事業者の情報提供義務・説明義務）

第3条 事業者は、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、消費者に対し、当該消費者契約に関する事項であって、次の各号に掲げるものについて、その情報を提供し、説明しなければならない。

- 一 当該消費者契約を締結するか否かに関して消費者の判断に通常影響を及ぼすべきもの
 - 二 当該消費者契約を締結するか否かに関して当該消費者の判断に特に影響を及ぼすもの（当該消費者の当該判断に特に影響を及ぼすものであることを当該事業者が当該消費者契約締結時に知り、又は知ることができる場合に限る。）
- 2 前項の場合には、事業者は、消費者が通常理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明をしなければならない。ただし、当該消費者が理解することが困難であると認められる事情があり、かつ、当該事業者が当該消費者契約締結時に当該事情を知り、又は知ることができる場合には、当該事業者は、当該消費者が理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明しなければならない。

【解説】

1 現行法

＜第3条（事業者及び消費者の努力）＞

- 1 事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務そ

の他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。

2 消費者は、消費者契約を締結するに際しては、事業者から提供された情報を活用し、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について理解するよう努めるものとする。

2 法改正の必要性

(1) 現行法の問題点

消費者契約法は、事業者と消費者との間に存在する情報の質及び量並びに交渉力の格差を正面から認めている（第1条）。従来民法では契約当事者は、互いに必要な情報を収集し、分析し、判断する対等な当事者であることが前提とされてきた。しかしながら、現実社会の取引において、事業者と消費者との間では情報力と交渉力において構造的な格差があることが認識されるようになり、これが消費者契約法第1条に結実し、さらに同条はこれら格差にかんがみて、事業者の不当勧誘行為により誤認・困惑した場合に消費者の取消権を認め、また不当な契約条項を無効とすることにより、消費者の利益の擁護を図ることなどを目的とするとその立法根拠を明らかにしている。このように消費者契約法の立法は、情報力格差から生じる消費者被害の救済と防止をその主要な目的としていたことは疑いのないところである。

事業者と消費者との間の情報の質及び量の格差を是正するためには、情報力に優る事業者から消費者への情報の提供を義務付けることが不可欠である。

ところが現行法第3条第1項（後段）は、事業者は消費者契約の締結に際して、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならないと規定しているものの、法的義務とはしていない。そのため事業者がこの努力義務に違反した場合でも、直接的な法的効果が生じず、また具体的な救済手段が規定されていないため、消費者契約法が本来予定していた情報力格差を是正して消費者の利益擁護を図るという立法目的が十分に果たされない結果となっている。

平成16年改正の消費者基本法は、事業者に対して、その供給する商品及び役務について「消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること」を責務とする規定（同法第5条第1項第2号）を置いており、また同じく平成16年改正の特定商取引法が、重要事項の故意の不告知を禁止行為として取消しの民事効果を与えていたことなどと比較しても、消費者の利益擁護の上で不十分なものとなっている。なお、消費者契約に関する情報提供については、平成17年及び平成22年消費者基本計画の中でも検

討事項とされている。

(2) 情報提供義務・説明義務の明文化の必要性

商品先物取引をはじめとする投資取引、あるいは変額保険などの金融取引、あるいは診療契約などでは説明義務違反、あるいは情報提供義務違反が認められた裁判例は多い。

上記の契約類型だけでなく、消費者取引一般についても、商品・役務自体あるいは契約内容の複雑化・多様化の進行、急速な社会変化への対応力に乏しい高齢者の増加などによって事業者と消費者との間の情報力の格差は一層拡大しつつある。耐震効果について十分な説明のないまま耐震建具等のリフォーム契約をさせる、指導内容について説明をせずに学習指導付きであるとして学習教材を売りつける、一般に必要とされる追加サービスについて説明をしない、冠婚葬祭サービスなど契約の重要事項について説明をしない、あるいは不十分な説明によって引き起こされる消費者被害は枚挙に暇がない。

消費者契約法の立法を提言した第16次国生審中間報告では、事業者が重要事項について情報を提供しなかった場合には消費者に取消権を付与するとされていたが、その後情報提供義務の導入に反対する事業者側の強い意見を反映した形で努力義務に変遷していった経緯がある。

情報力の格差が存在する状況の下では、消費者は事業者の誤った情報の提供により、又は契約締結の判断に必要な情報を提供されなかつことにより、意図に反する契約を締結させられるなどの被害を受けることになりやすい。このような情報力の格差の弊害ゆえに締結された契約は、消費者に契約締結に必要な判断材料となるべき適切な情報が与えられていないのであるから、消費者に自己責任を問う前提が欠けているといわざるを得ない。

裁判例でも情報力に格差のある当事者間の取引（金融取引、投資取引、診療契約など）において契約上の信義則として情報提供義務あるいは説明義務を肯定されており、前記のとおり構造的に情報力格差が認められる消費者取引一般においても被害事例は多く、それら被害の救済・防止のためには情報提供義務が法的義務として明確にされる必要がある。

近時の民法（債権法）改正に関する議論においても、契約の性質、当事者の知識及び経験、契約を締結する目的、契約交渉の経緯等に応じた契約締結過程における情報提供義務の明文化が検討されているが（民法改正中間試案「第27、2」），前記のとおり、消費者契約は事業者による情報提供の必要性が類型的に高いものであり、民法への情報提供義務の明文化の有無にかかわらず、消費者契約法においては消費者契約に適合する要件の下事業者の情報提供義務が明文化されることが必要である。

なお、「説明義務」は「情報提供義務」に含まれうるとも考えられるが、異なる考え方もありえること、判例上も表現として「情報提供義務」ではなく「説明義務」が用いられることも多いことから（最一小判平成18年6月

12日判タ1218号215頁，最二小判平成21年12月18日判タ1318号90頁など），国民に分かりやすい法律との観点からも，「情報提供義務」に加えて「説明義務」も条文上明示しておく必要がある。

（3）消費者の努力条項の削除の必要性

現行法第3条第2項は消費者の努力を定めているが，立法当初から弊害が生じることはあっても，何らの有益性も認められないという批判や指摘があった。

事業者側がこの条項を逆手にとっていたらずに消費者の責任や過失を強調するおそれがあり，情報力と交渉力の格差を正を目的とする消費者契約法の立法目的に反すると考えられるので，端的に削除すべきである。

3 改正試案の提案内容

（1）法的義務化

そこで，今般の改正試案では，事業者の情報提供義務を法的義務として明確に規定している。

また，情報提供義務の対象としては，改正試案第4条第3項の「重要事項」の規定を参考に，原則として一般平均的消費者を対象に当該消費者契約を締結するか否かの判断に通常影響を及ぼすべき事項と規定するとともに，個別の当該消費者の契約締結判断に特に影響を及ぼす事項があるときに当該事業者が契約締結時にこれを知り，又は知ることができる場合については，これも情報提供義務の対象としている。

さらに，情報提供の方法及び程度については，原則として一般平均的な消費者が情報内容を理解できる方法及び程度と規定するとともに，個別の契約における消費者の具体的な能力や属性を考慮した方法及び程度で提供されるべき場合もあることから，当該消費者が理解することが困難であると認められる事情があるときに当該事業者が当該事情を知り，又は知ることができる場合については，それに適した方法及び程度によるべきことを規定している。

なお，「消費者契約の締結に先立ち，又は締結の際に」の意義については，第4条柱書の条文解説部分を参照いただきたい。

（2）消費者の努力条項の削除

加えて，今般の提案では，現行法第3条第2項の消費者の努力義務を削除している。

第4条第1項柱書・第1号 不実告知

【条文案】

（誤認惹起行為）

第4条 消費者は，事業者が消費者契約の締結に先立ち，又は締結の際に，当該

消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

- 重要事項について事実と異なることを告げること。当該告げられた内容が事実であるとの誤認

【解説】

1 現行法

<第4条第1項柱書・1号>

消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

- 重要事項について事実と異なることを告げること
当該告げられた内容が事実であるとの誤認

2 法改正の必要性

(1) 「勧誘」についての問題点

現行法は、事業者が消費者契約の締結について「勧誘」をするに際し、不当な勧誘行為を行った場合の意思表示の取消しを規定しているが、不特定多数に向けられた広告、チラシ等が含まれるか否かについて「勧誘」の解釈上疑義が生じている。

「勧誘」とは、消費者の意思形成に向けて働きかけることであり、口頭の説明のほか、商品や包装、容器に記載された表示、パンフレットや説明書、書状、電話、インターネットによる表示、広告、チラシ等事業者が消費者の意思形成に向けて働きかける手段は広くここに含まれるものと解すべきである（コメントール消費者契約法（第2版）65頁～67頁、落合誠一「消費者契約法」73頁等）。

これに対し、消費者庁逐条解説（第2版）108頁は、「特定の者に向けた勧誘方法は『勧誘』に含まれるが、不特定多数向けのもの等客観的にみて特定の消費者に働きかけ、個別の契約締結の意思形成に直接影響を与えていえるとは考えられない場合（例えば、広告、チラシの配布、商品の陳列、店頭に備え付けあるいは顧客の求めに応じて手交するパンフレット・説明書、約款の店頭掲示・交付・説明等や、事業者が単に消費者からの商品の機能等に関する質問に回答するにとどまる場合等）は『勧誘』に含まれない。」ものとしている。

しかしながら、不特定多数向けの広告、パンフレットや説明書、チラシ等が「個別の契約締結の意思形成に直接影響を与えていえるとは考えられない」というのは消費者契約の実態から離れたものであり、不特定多数向けのもの

であっても個別の契約締結の意思形成に影響を与える場合があるのが実際である。現にこれまでの判例も不特定多数向けのパンフレットや説明書も「勧誘」であることを前提とする立場に立っている（神戸簡判平成14年3月12日消費者法ニュース60号211頁，京都簡判平成14年10月30日消費者法ニュース60号212頁）。

また，評価検討委員会報告書においても「消費生活相談事例においては，広告に掲載された不実告知に相当する内容を信じた消費者の事例が見受けられるほか，近年のインターネットの普及に伴い，インターネットの画面上で不実告知に相当する内容が掲載され，それを信じた消費者がトラブルに巻き込まれる事例も見受けられる」「インターネット取引における広告・表示や商品・包装・容器への表示など，必ずしも客観的に見て特定の消費者に働きかけているとはいえないが，性質上，消費者がその情報によって契約締結の意思を形成しており，契約締結の意思形成を直接的に働きかけていることが多いと考えられる場合（契約締結に直結する広告・表示）のほか，不特定多数向けの広告・チラシなどであっても，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，取消しの対象として捉えるべきとも考えられる」ことが指摘されている（11頁）。

さらに，平成22年消費者基本計画においては，「消費者契約に関する情報提供，不招請勧誘の規制，適合性原則を含め，インターネット取引の普及を踏まえつつ，消費者契約の不当勧誘・不当条項規制の在り方について，民法（債権関係）改正の議論と連携して検討します。」とされているところである。

よって，不特定多数に向けられた広告等であっても，それによって消費者が誤認による意思形成を行って契約を締結する場合があり，そのような場合には「勧誘」を広く解釈して取消しを認めるべきであるが，上記のように「勧誘」から広告等を除外する限定的な解釈も存在するため，解釈上の疑義を解消し，適用範囲を明確化する必要がある。

（2）「重要事項」についての問題点

本条第1号については，特定商取引法第6条第1項第6号のように契約動機に関する事項も「重要事項」に含まれることを明確にすべきであるという問題点がある。詳細は，第4条第3項の解説部分において後述する。

3 改正試案の提案内容

（1）「消費者契約の締結に先立ち，又は締結の際に」

今般の改正試案では，まず，「勧誘」に関する解釈上の疑義を解消するため，「消費者契約の締結について勧誘をするに際し」から「勧誘」要件を削除し，端的に「消費者契約の締結の際に」に改めることで，消費者契約の締結について事業者が消費者の意思形成に働きかける手段は，特定の消費者に対するものだけではなく，不特定又は多数の消費者に対して誘引するための

手段として行われる広告等の表示も含めて広く対象となり得ることを明確にしている。

また、単に「消費者契約の締結の際に」という文言にすると、契約締結場面に限定されるかのように誤って解釈される余地があるため、契約締結前の契約誘引等の段階における誤認惹起行為も対象となることが明確となるよう、「締結に先立ち」を追加し、「消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に」としている。

(2) 「重要事項」の拡大

また、今般の試案では、契約動機に関する事項も「重要事項」に含まれることを明確にしている。詳細は、第4条第3項の解説部分において後述する。

第4条第1項第2号 断定的判断の提供

【条文案】

(誤認惹起行為)

第4条 消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

二 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に関し、不確実な事項につき断定的判断を提供すること。当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認

【解説】

1 現行法

<第4条第1項第2号(断定的判断の提供)>

消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

二 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に関し、将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項につき断定的判断を提供すること。当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認

2 法改正の必要性

(1) 現行法の問題点

現行法第4条第1項第2号は、取消権の対象となる「断定的判断」の内容

につき，「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に關し，将来におけるその価額，将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項」と規定している。

このうち，「その他の将来における変動が不確実な事項」をどのように解釈すべきかについて，立法時から次のような争いがある。

限定説（消費者庁逐条解説（第2版）115頁，山本豊「消費者契約法（2）」法学教室242号87頁等）

「その他の将来における変動が不確実な事項」とは，その前に例示された二つの概念に関連するものと捉え，消費者の財産上の利得に影響する事項に限られるとする考え方。

非限定説（コンメンタール消費者契約法（第2版）71～73頁，落合誠一「消費者契約法」79頁，後藤巻則・村千鶴子・斎藤雅弘「アクセス消費者法（第2版）」35頁～36頁等）

「その他の将来における変動が不確実な事項」の前に例示された二つの概念は，あくまで例示と捉え，「その他の将来における変動が不確実な事項」とは，消費者の財産上の利得に影響する事項に限定されないとする考え方

この二つの考え方の違いは，「この健康食品を使えば体重が減ります」などといった，契約を締結するかどうかの意思決定に影響を与えるものの財産上の利得とは関係のない事項について，断定的判断が提供された場合に現れ，限定説によれば取消権は認められないが，非限定説によれば取消権が認められることになる。

「断定的判断の提供」に関する裁判例としては，神戸地裁尼崎支部判平成15年10月24日消費者法ニュース60号214頁と大阪高判平成16年7月30日兵庫県弁護士会HPがある（はの控訴審判決）。この事案は，易学受講契約及びそれに付随する改名やペンネームの作成，印鑑購入等の契約の勧誘に際して様々な不当勧誘がなされたというもので，「改名等をすれば必ず運勢や将来の生活状況が好転する」といった説明が消費者契約法の「断定的判断」に該当するかどうかが問題となった。は非限定説に立って消費者契約法に基づく契約取消しを認めたが，は限定説に立って消費者契約法に基づく契約取消しを認めなかった（事案自体は公序良俗違反により消費者側が勝訴）。この事案は高裁レベルで確定したため最高裁での判断は出ていないが，「断定的判断」の対象となる事項については，裁判例においても解釈が分かれている状況にある。

（2）法改正の必要性

消費者契約法第4条の規定は，民法上の詐欺・強迫の規定を補充・拡張したという側面と事業者の情報提供義務を具体化したという側面がある。事業者の情報提供義務の具体化という側面から「断定的判断の提供」の規定を見

た場合、その対象となる事項を消費者の財産上の利得に關わる場合に限定すべき合理的理由はない。事業者が不確実な事項について確実だと断定的な判断を提供することは不適切な情報提供行為であり、このような不適切な情報提供行為による勧誘があれば、事業者と消費者との間の構造的な情報格差の中で、消費者は、これを信じやすく、契約を締結するかどうかの意思決定に影響を受けやすい状況に置かれることから取消権を認めるのが「断定的判断の提供」規定の趣旨であるところ、このような状況は財産上の利得に影響する事項に限って生じるというものではない。よって、現行条文の解釈としては非限定説が妥当である。

評価検討委員会報告書においても「本号について、不確実な事項を確実であると誤認させることにより消費者の意思表示に瑕疵をもたらすことに取消権を認める根拠があると考えれば、断定的判断の提供の対象を必ずしも消費者の財産上の利得に影響するものに限るべきではないとも考えられる。」(13頁)との指摘がなされている。

しかしながら、裁判例では解釈が分かれており、解釈上の疑義を解消しておく必要が生じている。

さらに、事業者と消費者との間の構造的な情報格差の中で、消費者が、断定的判断の提供といった不適切な情報提供を信じやすく、契約を締結するかどうかの意思決定に影響を受けやすい状況に置かれることは、「将来における変動」に限らず「不確実な事項」について断定的判断が提供された場合一般について言えることであって、「将来における変動」に関するものかどうかは重要ではない(債権法改正の基本方針34~35頁)。

3 改正試案の提案内容

そこで、今般の改正試案では、現行法の「将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他将来における変動」は削除している。

第4条第2項 不利益事実の不告知

【条文案】

(誤認惹起行為)

第4条

2 消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事項(当該告知により当該事項が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。)を告げなかったことにより、当該事項が存在しないとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これ

を取り消すことができる。ただし，当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず，当該消費者がこれを拒んだときは，この限りでない。

【解説】

1 現行法

<第4条第2項（不利益事実の不告知）>

消費者は，事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し，当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ，かつ，当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実（当該告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を故意に告げなかったことにより，当該事実が存在しないとの誤認をし，それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは，これを取り消すことができる。ただし，当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず，当該消費者がこれを拒んだときは，この限りでない。

2 法改正の必要性

現行法第4条第2項は，事業者が消費者に対し，消費者に利益となる事項を告げた場合で，それに関連する消費者に不利益となる事実を故意に告げなかつた場合に，消費者に取消権を付与するというものである。

本条項の「故意」については，「当該事実が当該消費者の不利益となるものであることを知つてあり，かつ，当該消費者が当該事実を認識していないことを知つていながら，あえて」の意味であるとする見解もある（消費者庁逐条解説（第2版）120頁）。しかし，これでは民法上の詐欺の故意と変わりがないことになり，本条項を規定する意味がなく，消費者側の立証も困難である。

本条項は，事業者に，消費者に対して適切に情報提供をさせようとするもので，事業者が消費者に対し利益となる事項を告げた以上，それに関連する不利益な事実についても告げなければならないとするものである。これは，判例上も多様な考慮要素を総合勘案し判断されている説明義務・情報提供義務の一場面であると考えられるところ，利益事実告知という先行行為があることや，その告知により存在しないと消費者が通常考える不利益事実が生じたことからすれば，かかる不利益事実を告知すべき説明義務が当該事業者に発生するものと考えられる。

このように説明義務が発生しているにもかかわらず説明を怠ったことは，それ自体が事業者の落ち度であり，その意味で事業者には帰責事由が認められる。そうすると，このような説明義務の懈怠とは別に，事業者の帰責事由や故意・過失を要することとは，規定の適用範囲を極めて限めたものであり，かえって消費者保護が全うできない。

そもそも、不利益事実の不告知は、消費者にとって利益となることと不利益事実が表裏一体をなすにもかかわらず、利益となる旨を告げて、不利益事実は存在しないと思わせる行為であり、默示の詐欺が認められるのと同様、不作為による不実告知と言えるところ、現行法においても不実告知（第4条第1項第1号）の場合には、不実告知者には故意も過失も要求されないこととのバランス上も、故意・過失は不要とすべきである。

この点、民法（債権法）改正に関する議論においても、「一定の事実について、相手方が事実と異なることを表示したために表意者が表示された内容が事実であると誤認し、それによって意思表示をした場合は、その意思表示を取り消すことができる」旨のいわゆる不実表示規定を設けるか否かという議論において、不利益事実の不告知については、全体として不利益事実を表示しないという不実表示がなされたと評価できると説明されていたところである（民法（債権法）改正検討委員会「詳解 債権法改正の基本方針（1）序論・総則」126頁、131～132頁、法制審議会民法（債権関係）部会資料29「民法（債権関係）の改正に関する論点の検討（2）」12頁、「民法（債権関係）の改正に関する中間試案の補足説明」21頁）。

3 改正試案の提案内容

今般の改正試案では、上記のような観点から、現行法第4条第2項本文の故意要件を削除している。

第4条第3項 重要事項

【条文案】

（誤認惹起行為）

第4条

3 第1項第1号及び前項の「重要事項」とは、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をいう。

【解説】

1 現行法

<第4条第4項（重要事項）>

第1項第1号及び第2項の「重要事項」とは、消費者契約に係る次に掲げる事項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をいう。

- 一 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
- 二 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対価その

他の取引条件

2 法改正の必要性

現行法第4条第4項は、取消しの対象となる重要事項について、1号（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）又は2号（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対価その他の取引条件）にあたる事項であって、かつ、消費者が当該消費者契約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、と規定されている。

「重要事項」は、本来は事業者が負う情報提供義務の範囲を画するために議論されていたが（第16次国生審中間報告），一般的な情報提供義務違反が取消し原因から外されたにもかかわらず、不実告知と不利益事実の不告知の範囲を画するものとして議論され、かなり限定的に規定されるに至ったものである。

ところが、重要事項をこのように限定した結果として、契約動機に関する不実告知、不利益事実の不告知が取消しの対象から外れてしまうのではないかという解釈上の疑義が生じている。

この点、ア）第1号及び第2号を限定列挙ととらえ、契約動機に関する不実告知や不利益事実の不告知の場合に取消しを認めない見解も存在する（消費者庁逐条解説（第2版）143頁、落合誠一「消費者契約法」92頁）。

しかしながら、事業者が動機の錯誤を引き起こしている以上、民法の詐欺取消しないし錯誤無効の主張が認められる可能性もあり、消費者契約法第4条第1項第2項の基礎にある「事業者が積極的な行為によって消費者を誤認させた以上、契約を取り消されてもやむをえない」という考え方」に照らせば、端的に消費者契約法による取消しを認めるべきであるとして、イ）第1号及び第2号を例示列挙ととらえる有力な見解も存在する（山本敬三「消費者契約法と情報提供法理の展開」金融法務事情1596号11頁）。

また、ウ）第1号及び第2号自体は限定列挙ととらえつつ、「質、用途その他の内容」を拡張解釈（例えば、シロアリ点検商法の事例では、シロアリがないのにシロアリがいると告げることで本来必要のないシロアリ駆除をさせており、給付対象の用いられる場面、すなわち「用途」の不実告知ととらえる）することで不都合を回避する考え方もある（コンメンタール消費者契約法（第2版）91頁、道垣内弘人「消費者契約法と情報提供義務」ジュリスト1200号49頁）。

この点、契約動機に関する不実告知の裁判例としては、神戸簡判平成16年6月25日及び大阪簡判平成16年10月7日（いずれも兵庫県弁護士会HP）が存在するが、いずれの裁判例も重要事項該当性について特に争われておらず、契約動機が重要事項に含まれていることを当然の前提として判断している。また、東京地判平成17年3月10日（LEX/DB25463

934)は、契約動機に該当すると考えられる契約目的物を購入設置する必要性・相当性等についても第4項第1号に含まれると判示している。

仮に契約動機に関する不実告知等に取消しが認められないとすると、民法上の詐欺取消し、錯誤無効（動機の錯誤）によって保護される場面よりも適用範囲が狭くなってしまうが、これでは消費者と事業者との間の情報力・交渉力の格差に着目して消費者の利益擁護を図るために消費者契約法を制定した趣旨が没却されてしまう。

特定商取引法においても、平成16年改正で新たに取消権が認められたが、同法第6条第1項は不実告知による取消しの対象として第1号から第5号の例示列挙に加え、第6号で「顧客が…契約の締結を必要とする事情に関する事項」、7号で「…契約に関する事項であって、顧客又は購入者若しくは役務の提供を受ける者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの」という包括規定を置き、契約動機に関する事項も取消しの対象に含まれることが明確になっている。これは、現行消費者契約法に対する上記のような批判を踏まえた立法であると考えられ、契約動機に関する被害事例への対応が看過できない問題であることを裏付けるものといえる。

以上のことから、現行法でも解釈によって契約動機に関する不実告知等を取消しの対象とすることは十分に可能であるが、消費者トラブルの多くが消費生活センター等裁判外紛争処理機関によって処理されている実情に照らせば、被害事例の多発している問題について法改正によって解釈上の疑義を解消する必要性は極めて大きいといえる。

3 改正試案の提案内容

そこで、今般の改正試案では、現行法の第1号・第2号という限定を取り除き、契約動機に関する事項も含めて「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」であれば重要事項に含まれるとしている。

第4条第4項 第三者対抗力

【条文案】

（誤認惹起行為）

第4条

4 第1項及び第2項の規定による消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは、これをもって善意でかつ過失がない第三者に対抗することができない。

【解説】

1 現行法

＜第4条第5項（第三者対抗力）＞

第1項から第3項までの規定による消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは、これをもって善意の第三者に対抗することができない。

2 法改正の必要性

現行法では、詐欺取消しについての民法第96条第3項の規定と同様に、本条で規定する取消しは善意の第三者に対抗できないとされ、第三者の無過失まで要求されていない。

しかしながら、表意者が本条の不当勧誘行為により意思表示をした場合の表意者の帰責性は小さく、そのような表意者が権利を失うという効果を正当化するためには第三者の信頼が保護に値すること、すなわち第三者の善意無過失が必要と考えるべきである。

なお、債権法改正議論において、詐欺取消しについての民法第96条第3項の規定は、善意でかつ過失がない第三者に対抗できないと改正する提案がなされている（民法改正中間試案「第3の3（4）」）。

3 改正試案の提案内容

そこで、今般の改正試案では、第三者が保護されるため、善意に加え、無過失を要件とした。

第5条 困惑惹起行為

【条文案】

（困惑惹起行為）

第5条 消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

- 一 当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又は業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。
- 二 当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。
- 三 当該事業者が、当該消費者に対して、威迫する言動、不安にさせる言動、迷惑を覚えさせるような仕方その他心理的な負担を与える方法で勧誘すること。

2 前条第4項の規定は前項の場合に準用する。

【解説】

1 現行法

<第4条第3項(不退去・退去妨害)>

消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

- 一 当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又は業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。
- 二 当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。

2 法改正の必要性

(1) 現行法第4条第3項の困惑類型の問題点

そもそも現行法4条3項は、消費者と事業者との間に交渉力において格差があることを踏まえて、契約締結過程における、事業者のいわゆる威迫・困惑行為によって消費者が瑕疵ある意思決定をした場合のルールを定めるものとして議論されてきた。第16次国生審中間報告では、「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。」という内容が提案されており、第16次国生審最終報告では、「事業者が、消費者を威迫するような言動（強迫まがいの威圧的な言動）、消費者の私生活又は業務の平穏を害するような言動（例えば、長時間にわたり消費者を拘束する、夜間に消費者の居宅に上がり込む、消費者に不意打ち的に接近し考慮する時間を与えないなど、消費者の公私にわたる生活の安寧を乱すような行動）をした場合においては、消費者は契約を取り消すことができる」と行為の明確化を意識した表現となっていた。

ところが、最終的には、産業界の強い反対により後退し、現行法は、不適切な勧誘行為として従来議論されてきた行為態様の中でも、もっとも極端な勧誘行為である、消費者宅等からの不退去と、消費者の退去妨害という行為を限定的に取り上げたものとなってしまっている。

(2) 法改正の必要性

上記の経緯から、現行法第4条第3項では、困惑類型として、ア)不退去（同項第1号）、イ)退去妨害（同項第2号）の2つだけが取消事由とされ

ているところである。しかしながら、現実のトラブル事例としては、強迫まがいの抑圧的な言動により勧誘するケースや、消費者の公私にわたる生活の平穏を乱すような言動により勧誘するケースなどがある。例えば、電話勧誘販売において、事業者が執ようかつ威迫的な言動を繰り返すことにより、消費者がやむなく契約に応じてしまう例が多々見受けられる。かかるトラブルは、消費者の自己決定過程を著しく侵害しているにもかかわらず、上記の2つの類型では必ずしも十分に対処できず、不十分なものとなっており、上記の2つの類型に加えて困惑類型をさらに拡張する必要がある。

評価検討委員会報告書においても「消費生活相談事例においては、必ずしも場所的な不退去又は監禁を伴うわけではないが、電話による執拗な勧誘がされたり、断れない状況下で消費者がやむなく契約を締結していると見られる場合のほか、高齢者や認知症の傾向が見られる者等に対し、その弱みにつけ込むように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と見られるいわゆるつけ込み型の勧誘事例も見受けられるところである。困惑類型の規定の在り方については、民法の公序良俗無効に関する裁判例、学生の傾向等をも踏まえ、さらに消費生活相談事例を収集、分析しながら、対象として拡張すべき勧誘行為の類型化について、消費者の属性をも考慮しつつ検討すべきである。」ことが指摘されている（14～15頁）。

裁判例においても、勤務先への執拗な電話を繰り返すといった執拗・強引な勧誘行為が行われた事案について不法行為で救済した事案（東京地判平成21年9月25日消費者庁運用状況調査報告339頁No.13）、祈禱・易断などで殊更に不安や恐怖心を煽るような勧誘行為が行われた事案について不法行為で救済した事案（神戸地裁洲本支判平成19年12月25日同報告348頁No.46）など、不退去・退去妨害以外の困惑惹起行為（いわゆる非身体拘束型の困惑惹起行為）に基づき消費者契約が締結された問題事例やそれに対して裁判所が法的救済の必要性を肯定している裁判例は多数存在する。

さらに、我が国における高齢者被害の増加傾向や今後想定されている高齢化社会の進展を踏まえれば、非身体拘束型の困惑惹起行為に対する法規制は必要不可欠であると思われる。

そこで、現行法第4条第3項の不退去、退去妨害に加えて、さらに威迫する言動、不安にさせる言動、迷惑を覚えさせるような仕方での勧誘その他心理的な負担を与える方法を取消事由として追加し、困惑類型を拡張すべきである。なお、現行法の不退去、退去妨害は、以下の追加取消事由に複数該当することから、発展的に解消させる考え方もありうるが、これら2つの困惑類型に関する裁判例も集積されており、その存在意義が認められることから、そのまま存続させておくこととした。

3 改正試案の提案内容

(1) 当該事業者が当該消費者を威迫すること

現行法においては、上記のような2つの困惑類型に限定された結果、消費者契約に関する包括的民事ルールをつくるという当初の立法目的に鑑みれば、不十分な内容と言わざるを得ない。例えば、「『買ってくれないと困る』と声を荒げられても、誰もいないのにどうしてよいかわからなくなり、早く帰ってもらいたくて契約した」場合や、「契約した覚えがないと断ると、『ここまで話が進んでいるのに無責任だ。勤務先へ行って上司に言う。』などと強く言われ、それは困るので契約を承諾した。」といった場合等は、現行法による保護の対象外となる可能性があり不都合である。かかるトラブルについて対処できるようにするためには、困惑類型につき、通常多く見られる場合にまで拡大しておくことが消費者保護の観点からしても適当である。この点、特定商取引法においては、「威迫」行為も事業者の禁止行為として掲げられている（同法第6条第3項）。

以上より、取消事由の一類型として、事業者が消費者を威迫する勧誘形態を追加すべきである。なお、ここにいう「威迫」とは、「言語・動作・態度により、相手方に不安・困惑の念を抱かせること」であり、民法上の強迫（民法第96条第1項）にいう「脅して畏怖させる」程度までは至らなくとも、消費者に不安感を与えた戸惑わせることで足りるというべきである。

(2) 当該事業者が当該消費者を不安にさせる言動、迷惑を覚えさせるような仕方での勧誘その他心理的な負担を与える方法で勧誘すること

例えば、「先祖のたたりがある。このままでは子供たちに不幸が及ぶ。」などと告げて高額な壺等を売る行為等のように消費者を不安にさせる、あるいは、心理的な負担を与えて契約させる行為もまた、消費者の意思決定に瑕疵をもたらす不適切な勧誘行為であることは疑う余地がない（福岡地判平成11年12月16日判時1717号128頁）。

また、特定商取引法においては、「迷惑を覚えさせるような仕方で勧誘をし、又は訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回若しくは解除について迷惑を覚えさせるような仕方でこれを妨げること」を主務大臣が事業者に対して必要な措置を指示できる場合として規定している（同法第7条第4号、同施行規則第7条第1号）。このような規制対象となっている行為も消費者の意思決定に瑕疵をもたらす不適切な勧誘行為である。

そのため、上記（1）の他にも、事業者による消費者を不安にさせる言動や迷惑を覚えさせる様な仕方での勧誘その他心理的な負担を与える方法での勧誘により、契約を承諾したといった場合等も取消事由とする必要がある。

(3) そこで、今般の改正試案では、現行法第4条第3項の取消対象行為として、第1号及び第2号に加え、威迫する言動、不安にさせる言動、迷惑を覚えさせるような仕方での勧誘、その他心理的な負担を与える方法で勧誘することを第3号として新設している。

第6条 つけ込み型不当勧誘

【条文案】

(つけ込み型不当勧誘)

第6条 消費者は、事業者が、当該消費者の困窮、経験の不足、知識の不足、判断力の不足その他の当該消費者が消費者契約を締結するかどう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不当に利用して、当該消費者に消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をさせたときは、これを取り消すことができる。

2 第4条第4項の規定は前項の場合に準用する。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

今日の社会では、消費者の困窮、経験の不足、知識の不足、判断力の不足などの諸事情によって消費者が契約を締結するかどうかについて合理的な判断ができない事情にあることを不当に利用して契約を締結させる深刻な被害が多発している。特に近年は判断能力に問題があると思われる高齢者等の被害相談が増加を続けている現状にある（国民生活センター平成25年11月21日「消費者契約法に関する消費生活相談の概要と主な裁判例」、同センター平成25年8月1日「2012年度のPIO NETにみる消費生活相談の概要」）。裁判例においても、認知症等による高齢者の判断能力の低下を利用して高額な商品を継続的に購入させた事案について公序良俗違反として救済したもの（奈良地判平成22年7月9日消費者法ニュース86号129頁、大阪地判平成18年9月29日裁判所HP等）、知識や経験の不足を利用して高額な商品を購入させた事案について不法行為や公序良俗違反として救済したもの（東京地判平成18年11月28日消費者庁運用状況調査報告342頁24、大阪地判平成16年7月29日同報告348頁47、津簡判昭和62年11月17日同報告349頁49等）、医師からも見放された子どもの難聴を治すために藁をもつかみたい心境にあったことをを利用して加持祈祷を継続し高額な料金を取得した事案について公序良俗違反として救済したもの（名古屋地判昭和58年3月31日判時1081号104頁）、疾病を利用して高額な商品を購入させた事案について公序良俗違反や不法行為として救済したもの（徳島地判平成19年2月28日消費者庁運用状況調査報告113頁107等）、従属関係を利用して従業員に高額な商品を購入させた事案について公序良俗違反として救済したもの（大阪地判平成20年1月30日判タ1269号203頁、大阪地判平成20年4月23日裁判所HP等）等、消費者の合理的に判断することができな

い事情を不当に利用して契約を締結させる被害は多数存在する。

しかしながら、このような、消費者の合理的に判断することができない事情を不当に利用して契約を締結させる、言わば「つけ込み型不当勧誘」については、これに十分に対応できるだけの救済規定が現行法に存在しないため、公序良俗違反や不法行為といった民法の一般規定の適用が可能な限度での限定的な救済しかなしえない実情にある。判断能力に問題があると思われる高齢者等の被害相談が増加を続けている近年の現状を踏まえれば、「つけ込み型不当勧誘」にも十分に対応できる新たな救済規定が必要である。

評価検討委員会報告書においても「消費生活相談事例においては、必ずしも場所的な不退去又は監禁を伴うわけではないが、電話による執拗な勧誘がされたり、断れない状況下で消費者がやむなく契約を締結していると見られる場合のほか、高齢者や認知症の傾向が見られる者等に対し、その弱みにつけ込むように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と見られるいわゆるつけ込み型の勧誘事例も見受けられるところである。困惑類型の規定の在り方については、民法の公序良俗無効に関する裁判例、学説の傾向等をも踏まえ、さらに消費生活相談事例を収集、分析しながら、対象として拡張すべき勧誘行為の類型化について、消費者の属性をも考慮しつつ検討すべきである。」ことが指摘されている（14～15頁）。

3 改正試案の提案内容

そこで、高齢者等に対する「つけ込み型不当勧誘」による被害事例が多発している状況を踏まえ、これに十分に対応できるよう、今般の改正試案では、第6条として、事業者が当該消費者の困窮、経験の不足、知識の不足、判断力の不足その他の当該消費者が消費者契約を締結するかどう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不当に利用して、当該消費者に消費者契約を締結させた場合には、当該消費者に当該契約の意思表示の取消権を付与する規定を新設している。

「困窮、経験の不足、知識の不足、判断力の不足」は消費者が当該契約を締結するかどうかを合理的に判断することができない事情の例示にすぎず、それ以外にも疾病、不安・恐怖、従属関係、知的障害等当該契約を締結するかどうかについて合理的に判断することができない事情が消費者に存在し、事業者がこれを不当に利用して契約を締結させた場合は本条による取消し対象となる。

このような事情を「不当に利用」して当該消費者に当該契約の申込み又は承諾の意思表示をさせた場合というのは、当該消費者契約を締結するかどうかについて合理的に判断することができない事情が既に当該消費者に存在し、当該事業者がその事情に乗じて当該消費者をして合理的に判断することができないままに当該契約を締結させたことが社会通念上許容されない不相当な行為と評価される場合であることを意味する。

当該事業者が過大ないし不当な利益を得たことや、当該消費者が過大ないし

不当な不利益を与えられたことは本条の要件ではない。当該消費者契約を締結するかどうかについて当該消費者に合理的に判断することができない事情があることを不当に利用して当該契約を締結させる勧誘行為は、事業者と消費者との間の情報の質・量、交渉力の格差を背景に、当該消費者が自由に思考して意思決定をすることのできない状態にあることを不当に利用して当該消費者の意思形成への働きかけ（コントロール）を行い、自由な思考による意思決定ができないままに当該契約を締結させるに至る不当勧誘行為であり、当該消費者は真意から当該契約を締結したものとは言い難いことから、当該消費者に当該契約の意思表示の取消権を付与するべきである。

また、第三者の取引の安全を保護するため、この場合の取消しについても、第4条第4項と同様に善意無過失の第三者には取消しをもって対抗することができないとの規律を設けている。

第7条（不当勧誘行為と損害賠償義務）・柱書

【条文案】

（不当勧誘行為と損害賠償義務）

第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りではない。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

（1）現行法における不当勧誘行為規制は、事業者に一定の不当勧誘行為（一定の誤認惹起行為と困惑惹起行為）が認められる場合に消費者の取消権を定めているのみである。

しかし、そもそも消費者契約法の目的は消費者と事業者の間の情報力・交渉力の格差に鑑み、消費者の利益を擁護する点にあるところ、消費者の権利・利益を侵害する事業者の契約勧誘行為（いわゆる不当勧誘行為）は、現行法で消費者取消権が認められているような行為態様（一定の誤認惹起行為と困惑惹起行為）に限られない。

例えば、消費者が断っているにもかかわらず執拗に職場や住居に訪問や電話をして勧誘を続ける行為などは、仮に契約締結にまで至っていない段階で

あっても、消費者の私生活の平穏という権利・利益を不当に害する迷惑な勧誘行為であることは明白である。消費者契約に関する包括的民事ルールである消費者契約法において、事業者が消費者に対して消費者の権利・利益を不当に害する迷惑な勧誘行為をしてはならず、そのような不当勧誘行為は民事法上も損害賠償義務を帰結しうる違法行為であるということを明定しておくことは、消費者の権利・利益の保護、不当勧誘行為の抑止という観点から意義が大きいと考えられる。

(2) また、事業者の不当勧誘行為を理由とした消費者取消権の行使が可能な場合であっても、事案によっては、取消権を認めただけでは消費者の救済として不十分な場合がある。

例えば、消費者が消費者契約の締結過程で余分に出費した費用等の損害がある場合においては、取消しによる原状回復だけでは上記の損害が填補されず、消費者被害救済の趣旨を完全に実現することはできない。

また、事案によっては、消費者契約を取り消さずに維持したまま、損害賠償請求のみを行った方が、消費者被害の救済という観点に資するという事案も存在する。例えば、保険契約において保険で填補される範囲についての不適切な情報提供があった場合に保険契約の効力を維持しながらより適切な選択ができた場合との給付の差額を賠償請求したいというケースや、欠陥工事についての原状回復工事によってかえって大規模な損害が発生するおそれのある場合に、これを撤去することなく、出損した金員の返還とともにその補修補強に要する費用を損害として賠償請求をしたいというケースなどである。

(3) このような場合の消費者の損害賠償請求は、不法行為の一般原則によっても可能であるが、事業者の不当勧誘行為が不法行為を基礎づける違法行為であることを明らかにしておくとともに、事業者の故意又は過失の立証責任を転換できれば、消費者の損害回復及び事業者の不当勧誘行為の抑止という観点により資するものといえる。

3 改正試案の提案内容

(1) そこで、今般の改正試案では、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に消費者に対し不当勧誘行為を行ったときは、消費者は、事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができることとした。ただし、当該事業者が故意・過失の不存在を立証した場合には、事業者の帰責性の無さに鑑みて例外的に損害賠償義務を負わないものとしている。

(2) また、本条にいう「不当勧誘行為」の具体的な内容については、まず、これまでに多くの消費者トラブル・消費者被害をもたらしている典型的な不当勧誘行為の類型を個別具体的に列挙している。具体的には、誤認惹起行為、困惑惹起行為、つけ込み型不当勧誘行為といった消費者取消権を帰結する行為類型に加え、情報提供義務違反・説明義務違反、不招請勧誘、再勧誘、適

合性原則違反行為といった不当勧誘行為についても列挙している。これら個別具体的な行為類型を列挙することで、適用範囲の明確化・予見可能性の確保といった要請や、裁判実務・相談現場での使い勝手の良さといった要請に応える提案内容としている。

加えて、悪質な事業者によって日々生み出されている新たな不当勧誘行為にも対処できるよう、前述の個別具体的な行為類型に加えて「その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為」と規定することで、上記行為類型はあくまで例示列挙であること、列挙された行為類型と同程度に消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為については損害賠償請求が可能であることを明らかにしている。

第7条第1号 情報提供義務違反・説明義務違反

【条文案】

（不当勧誘行為と損害賠償義務）

第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りではない。

一 第3条第1項又は第3条第2項の規定に反する行為を行うこと

【解説】

今般の改正試案では、第3条で事業者の情報提供義務と説明義務を明文化しており、それらの事業者の義務違反の効果として、事業者が無過失でない限り、損害賠償の対象となることは争いがない。

そこで、分かりやすい消費者契約法という観点から、その旨を本条第1号で明文化している。

第7条第2号 不招請勧誘

【条文案】

（不当勧誘行為と損害賠償義務）

第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによ

って生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りではない。

二 当該消費者契約の締結の勧誘の要請をしていない消費者に対し、訪問、電話、ファクシミリ装置を用いた送信又は電子メール等の送信により、当該消費者契約の締結について勧誘すること。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

(1) 不招請勧誘とは

不招請勧誘とは、消費者の意向を無視した、あるいは消費者の希望しない勧誘のことを意味する。不招請勧誘は、消費者に契約意思がないにもかかわらず、不意打ち的に勧誘を行うものである。例えば、事業者が、あらかじめ消費者の承諾を得ることなく、一方的に自宅や勤務先等を訪問したり、勧誘の電話（携帯電話を含む）をかけたり、ファクシミリや電子メールを利用するなどして勧誘を行う方法である。

(2) 不招請勧誘による消費者被害の実態

実際に多くの消費者被害は、依然として無差別の電話勧誘や訪問販売などの不招請勧誘によって発生している。

国民生活センター「不招請勧誘の制限に関する調査研究」（2007年2月）によれば、PIO-NETに入力された2000年度から2006年度の消費生活相談の相談内容のうち、販売方法の中で「訪問販売（家庭訪販、職場訪販）」又は「電話勧誘販売」に関する相談は、全相談のうち約15%を占め、その割合は高い。さらに、「訪問販売」と「電話勧誘販売」（両者の不招請勧誘率は98.5%と算定されている。）の販売方法による問題点として、望まない勧誘によって消費者の生活が脅かされていること、販売目的の隠匿、重要事項の不告知、虚偽告知、迷惑行為という勧誘が行われていること、苦情申し出ができない高齢者や判断能力が不足している人への次々販売、クーリングオフの不活用、業者の倒産や行方不明などが指摘されている。

(3) 不招請勧誘からの救済の必要性

不招請勧誘は、消費者が冷静かつ自由な判断をする機会を阻害し、不当な契約を誘発する勧誘方法である。

上記のように不招請勧誘について多くの被害相談が寄せられており、現に生じている消費者被害の温床となっている。特に、常時住所にいることが多く、判断能力に衰えが生じている可能性が高い高齢者に対する消費者被害はそのほとんどが不招請勧誘によるものである。

不招請勧誘は、時間や状況を選ばずに無制限に消費者個人の生活圏に入り込むものであり、住所や勤務先等に対して行われた場合、消費者の平穏な私生活を侵害する。

国民生活センター「第37回国民生活動向調査」(2007年3月)の「訪問販売と電話による勧誘 - 不招請勧誘 - 」の調査結果では、(ア)訪問販売について、「訪問販売に来て欲しくない」が92.7%、「訪問販売で商品やサービスを購入したくない」が90.8%、「訪問販売は原則禁止して、消費者から依頼があった場合だけ訪問してもよいようにする」が56.8%とそれぞれ最も多く、(イ)電話による勧誘について、「電話勧誘をして欲しくない」が91.4%、「電話勧誘で商品やサービスを購入したくない」が96.4%、「電話による勧誘は原則禁止し、消費者から依頼があった場合だけ電話をかけてもよいようにする」が72.8%とそれぞれ最も多くなっている。

各地方自治体の消費生活条例で不招請勧誘禁止条項を制定していることからも、不招請勧誘の禁止の必要性は全国共通の認識であるといえる(群馬県、秋田県、京都市、神奈川県、北海道、東京都、熊本県、徳島県、兵庫県、奈良県生駒市、大阪府、堺市の各消費生活条例)。

以上から、不招請勧誘は消費者被害の温床であり、定型的に消費者の私生活の平穏を侵害する勧誘方法と考えられるので、事業者による不招請勧誘から消費者を救済する規定を置く必要がある。

(4) 不招請勧誘禁止の在り方

まず、勧誘形態としては、被害事例の多い、消費者の住所又は勤務先への(ア)訪問販売(ふとん類、リースサービス、浄水器など)、(イ)電話勧誘(サラ金・フリーローン、資格講座、分譲マンションなど)、(ウ)ファクシミリ勧誘(利息制限法及び出資法違反の高金利被害、ヤミ金融被害など)、(エ)電子メール等送信勧誘(メールやSNSによる、出会い系サイトやアダルトサイトへの誘導、架空請求の前提となる契約の勧誘など)を対象とすべきである。これらの勧誘形態は、定型的に消費者の私生活の平穏を侵し、その冷静な判断を侵害する勧誘方法と考えられる。

消費者による予めの勧誘拒否の意思表明を要件とするか否かで、オプトイン(事前に要請又は同意なき限り勧誘してはならない)とオプトアウト(事前の勧誘拒否を表明した消費者に勧誘してはならない)があるが、オプトインを採用し、これに反した勧誘を禁止すべきである。不招請勧誘は定型的に消費者の私生活の平穏を侵し、その冷静な判断を侵害する勧誘方法であり、消費者が冷静かつ自由な判断をする機会を阻害するものであり、事前の勧誘拒否の表明を待つまでもなくこれを禁止すべきである。

金融商品取引法第38条第4号では、訪問販売と電話勧誘についてオプトインの不招請勧誘禁止が規定されているし、2009年改正の商品先物

取引法第214条第9号でもオプトインが採用されている。これらの法規は金融先物取引の危険性や複雑性を重視したものであろうが、不招請勧誘が定型的に消費者の私生活の平穏を侵害する勧誘方法であるが故に、金融商品取引契約だけでなく全ての消費者契約について参考にされるべきである。

さらに、2012年の特定商取引法の改正により、訪問購入におけるオプトインの不招請勧誘禁止が規定されたことも、参考にされるべきである。

なお、不招請勧誘の禁止によって、事業者の営業の自由に対する制約となりうるが、営業の自由などの経済的自由は、憲法第22条第1項の「公共の福祉」によって制約されることが許容されているところ、消費者の私生活の平穏を侵害する不招請勧誘をオプトインにより禁止することは、営業の自由に対する不当な制約とはいえず、許容されるものと考えられる。

消費者の要請に応じて住居等に訪問して販売することは、オプトインにおいても、禁じられる不招請勧誘とはならない。御用聞きや、数年おきのメンテナンスが必要な商品に関して訪問して注文等を聞くことは、消費者の具体的な要請がなくとも、消費者の要請があったとの推定が働くと考えられる。

また、一旦消費者の要請に応じて住居等に訪問して販売した後の再度の訪問も、消費者の要請がなければ、原則として不招請勧誘にあたると考えられるが、実際には消費者の要請が推定される場合もあり得よう。

(5) 不招請勧誘の効果

不招請勧誘は、定型的に消費者の私生活の平穏を侵し、その冷静かつ自由な判断を侵害する勧誘方法であることから、消費者被害の温床となっている。したがって、かかる勧誘方法を禁止する必要性は高い。

また、不招請勧誘がなされると、契約締結には至らないが、被勧誘者が私生活の平穏を害されているという事態も生じうる。この場合の強引な電話・訪問勧誘等による被害は、取消権では救済されないが、保護法益が私生活の平穏であるならば、違反の場合の損害賠償請求も可能となる。ここでの損害は、不招請勧誘によって侵害された私生活の平穏それ自体であるから、締結された契約によって生じた損害とは別物であり、慰謝料によって補填されることが考えられる。

そこで、消費者の私生活の平穏を保護するために、不招請勧誘がなされた場合には、まず、それにより不法行為が成立し、損害賠償が認められると考えるべきである。

この点、不招請勧誘規制違反行為の取消しを認めることが考えられるが、「困惑」概念を拡張することで、取消しについては困惑による取消しに委ね、不招請勧誘については、本提案のように、事業者の不法行為責任を根拠付ける規定を設けるべきである。

平成22年消費者基本計画における不招請勧誘の規制の検討も、消費者契約法の不当勧誘の規制の在り方の一つとして位置付けられており、不招請勧誘を消費者契約法に規定することは、その規定の仕方として適当なものであると考えられる。

このように、被害事例の多さ、消費者契約法の趣旨、消費者の私生活の平穏確保の必要から、不招請勧誘について損害賠償請求という民事効を定める必要性は高いというべきである。

3 改正試案の提案内容

以上の観点から、今般の改正試案では、勧誘の要請をしていない消費者に対して事業者が勧誘を行った場合には、損害賠償請求をすると規定している。

第7条第3号 再勧誘

【条文案】

(不当勧誘行為と損害賠償義務)

第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りではない。

三 当該消費者契約を締結しない旨の意思を表示した消費者に対し、当該消費者契約の締結について勧誘すること。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

(1) 再勧誘の禁止とは

再勧誘の禁止とは、販売業者又は役務提供事業者が、契約の締結をしない旨の意思を表示した者に対して、さらにその売買契約や役務提供契約の締結の勧誘をしてはならないことを意味する。

特定商取引法では、訪問販売（第3条の2第2項）、電話勧誘販売（第17条）、訪問購入（第58条の6第3項）において再勧誘が禁止されている。

再勧誘が禁止されるのは、「契約を締結しない旨の意思を表示した者」に対してである。「契約を締結しない旨の意思表示」とは「契約しません」のように、契約を締結しないことが言葉の上で表示されている必要はなく、「いりま

せん」、「必要ありません」、「買うつもりはありません」、などのように、契約締結の意思がないことが直接うかがわれる意思の表示は全て含まれる。また、「電話してほしくない」「話をするつもりはない」「お宅とは付き合わない」というように、意思表示の内容から默示的に契約締結の意思がないことがうかがわれる場合も含まれる。

(2) 再勧誘による消費者被害の実態

国民生活センターが平成22年11月25日に発表した「ますますエスカレートするマンションの悪質な勧誘 - 増加する『強引・脅迫』『長時間』『夜間』勧誘 - 」と題する資料には、投資用マンションの購入を強く迫られ、断ると脅されたなどの相談が増え続けているなどと記載されている。

(3) 再勧誘からの救済の必要性

再勧誘は、不招請勧誘と同様、消費者が冷静かつ自由な判断をする機会を阻害し、不当な契約を誘発する勧誘方法である。

上記のように再勧誘について多くの被害相談が寄せられており、現に生じている消費者被害の温床となっている。また、中には、事業者が、刑法上の犯罪行為に該当する行為をしたため、恐ろしくて契約を締結してしまったという事例まで報告されている。

再勧誘は、事業者から不招請勧誘を受けた消費者が、事業者に対し、契約の締結をしない旨の意思を表示したのに、さらにその契約の締結の勧誘を続けることであるから、不招請勧誘と同程度又はそれ以上に消費者の私生活の平穏を侵害する勧誘方法であるといえる。そこで、事業者による再勧誘を禁止し、再勧誘から消費者を救済する規定を置く必要がある。

(4) 再勧誘禁止違反の効果

再勧誘は、定型的に消費者の私生活の平穏を侵し、その冷静かつ自由な判断を侵害する勧誘方法であることから、消費者被害の温床となっている。また、再勧誘は、刑法上の犯罪行為にも該当するような行為を伴うこともあるため、かかる勧誘方法を禁止する必要性は高い。

再勧誘がなされると、不招請勧誘と同様、契約締結には至らないが、被勧誘者が私生活の平穏を侵害されているという事態も生じうる。この場合の強引な勧誘行為による被害は、取消権では救済されないが、私生活の平穏という保護法益が侵害されている以上、違反の場合の損害賠償請求を可能とすべきである。

このように、被害事例の多さ、消費者契約法の趣旨、消費者の私生活の平穏確保の必要から、再勧誘について損害賠償請求という民事効を定める必要性は高いというべきである。

3 改正試案の提案内容

以上の観点から、今般の改正試案では、消費者契約を締結しない旨の意思を表示した消費者に事業者が再勧誘を行った場合には、損害賠償請求をすること

ができると規定している。

第7条第4号 適合性原則違反

【条文案】

（不当勧誘行為と損害賠償義務）

第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りではない。

四 当該消費者の契約締結の目的、契約締結の必要性、知識、経験、理解力、財産の状況等に照らして不適当な契約を勧誘する行為

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

（1）適合性原則とは

「適合性原則」とは、投資取引において、勧誘するに際し、知識・経験・投資目的・財産状況に照らして、当該取引をするためにふさわしい能力を有していない者に対して、不適当な勧誘をしてはならないというルールである。この適合性原則は、もともと証券取引の分野で発生したものである。現在では、証券取引に加えて商品先物取引も含め、投資取引一般のルールとして適用範囲が拡大するとともに、特定商取引法では、通信販売を除く、取引類型にも、適用される。

消費者取引一般に目を向けると、国民生活審議会消費者政策部会「21世紀型の消費者政策の在り方について」（2003年5月）は「事業者は、消費者の知識、経験、理解力、資力等の特性を考慮した勧誘・販売を行わなければならないとする考え方を、消費者契約に広く適用されるべき原則であり、その旨を法的に明確化する必要がある。また、明らかに当該取引に対する適合性を有しない消費者に対し、過大なリスクを伴う商品・サービスを積極的に勧誘・販売してはならないとする考え方の導入を、取引類型に応じて検討する必要がある。」と提言し、これを受けて、消費者基本法（平成16年5月改正）第5条第1項第3号は、「消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること」を事業者の責務とした。

また、前述の特定商取引法においても、訪問販売等における禁止行為とし

て，「顧客の知識，経験及び財産の状況に照らして不適当と認められる勧誘」が挙げられている（同法第7条第4号，同法施行規則第7条第3号等）。そして，平成17年消費者基本計画において適合性原則について検討することが挙げられ，平成22年消費者基本計画においては，消費者契約法の不当勧誘規制の在り方の一つとして，適合性原則について検討することとなっており，評価検討委員会報告書においても，引き続き検討すべきことが指摘された（26頁～27頁）。

（2）適合性原則違反による消費者被害

適合性原則違反が問題となる事例としては，投資取引の事例が中心であるが，一般的な消費者契約に目を向けると，新規性が高く専門的知識を有しない一般人に対し，契約締結目的に反する取引を推奨して契約させた場合などが考えられる。これまでの典型例としては，電話機等リースなどのように，商品や技術に関する理解が広く普及したとまでいえない場合，そもそも消費者が思い描いた契約を締結しようという動機・目的に比べて，客観的には，不必要的最先端の機能が付加された商品であるのに，適合する商品であるとして推奨され，被勧誘者がそのミスマッチを自覚していない場合が想定される。また，すでに割賦販売法により過量販売規制がなされているように，高額かつ不要なリフォーム工事契約や，呉服，布団などの購入契約を次々と締結させる次々販売事案など，契約締結の必要性，過大性の点からも問題となる被害事例は多い。

（3）最高裁平成17年判決の条文化

最高裁判所平成17年7月14日民集59巻6号1323頁は，「顧客の意向と実情に反して，明らかに過大な危険を伴う取引を積極的に勧誘するなど，適合性の原則から著しく逸脱した証券取引の勧誘をしてこれを行わせたときは，当該行為は不法行為法上も違法となる」としている。ここで「顧客の意向」とは，投資取引においては，投資目的，投資意向と解されており，これを消費者契約一般に置き換えると，契約締結の目的，契約締結の必要性に相当する。また，「顧客の実情」とは，投資取引においては，当該投資商品や当該投資取引に関する知識，経験や，財産の状況を意味する。特商法施行令第7条第3号では「知識，経験及び財産の状況に照らして不適当と認められる勧誘を行うこと」が禁止行為として掲げられており，これらを参照して消費者契約一般に置き換えると，当該消費者取引に関する知識，経験，理解力，財産の状況ということになる。なお，「理解力」を掲示したのは，消費者一般においては，契約締結等の意思能力が備わっていたとしても，新規性の高い商品や取引についての理解度を問う上で，「意思能力の有無」では的確に捉えきれず，また，知識，経験といった考慮要素のみでも判断要素として不十分となるおそれがあることから，新規商品や契約についての理解の度合いが問題となることを明示するためである。こうした主観的要素の考慮要素化

は、上記最高裁17年判決が合理的投資意思の形成という観点から、対象となつた投資商品の仕組みや周知性のみならず、個別の投資家が自らの意向に基づいて行った点を捉えて結論を導いていることから、適合性判定での考慮要素としており、消費者契約一般を規律する上で、分かり易くするため、掲げるものもある。なお、前掲最高裁17年判決は、「著しく逸脱した」と判示しているが、調査官解説においては、公法私法二元論を踏まえたレトリックに過ぎず、実質的にハードルを高くする趣旨ではないとの見解が述べられている。現状では、下級審裁判所において消費者が十分な救済を受けているとはいひ難いことや、公法私法二元論を前提とする必要がないため、最高裁の趣旨に則り「著しく」という文言を削除して導入すべきである。

(4) 適合性原則違反の効果

適合性原則は、投資分野や訪問販売等の分野では法律上の原則として規定され、また、消費者基本法において事業者の責務とされており、消費者契約における事業者が守らなければならない一般的責務であるといえる。このような責務は、消費者保護のために重要な役割を果たすものであるから、民事上の効果を付与すべきである。

そして、適合性原則は、これに反する勧誘が合理的投資意思・契約締結意思の形成が阻害され歪められているという点で意思自治に対する機能回復を図る法原理であり、これまで、不法行為による解決が図られてきたことに鑑み、その効果を損害賠償とすることとした。

適合性原則は、知識及び交渉力において劣位の消費者に対し、事業者が専門家として勧誘をする場合の基本的ルールなのであって、これに反する勧誘行為は否定されなければならない、上述のように、適合性原則違反により消費者に被害が発生している状況や、消費者契約法の趣旨からすれば、消費者契約法上、損害賠償請求の根拠となることを明示すべきである。

さらに、平成22年消費者基本計画における適合性原則の検討も、消費者契約法の不当勧誘の規制の在り方の一つとして位置付けられており、適合性原則を消費者契約法に規定することは、その規定の仕方として適當なものであると考えられる。

以上より、適合性原則違反について、消費者契約法上の不当勧誘行為の一類型として損害賠償請求を認めるべきである。

3 改正試案の提案内容

以上の理由により、今般の改正試案では、適合性原則違反（当該消費者の契約締結の目的、必要性、知識、経験、理解力、財産の状況等に照らして不適当な契約を勧誘する行為）を行った場合、損害賠償請求できると規定している。

第7条第5号 誤認惹起行為・困惑惹起行為・つけ込み型不当勧誘

【条文案】

（不当勧誘行為と損害賠償義務）

第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りではない。

五 第4条第1項、第4条第2項、第5条第1項又は第6条第1項に該当する行為を行うこと

【解説】

事業者による誤認惹起行為（第4条）、困惑惹起行為（第5条）、つけ込み型不当勧誘（第6条）という不当勧誘行為があった場合、当該事業者が無過失でない限り、損害賠償の対象となることは争いがないと考えられる。

また、そのように不当勧誘行為が損害賠償の対象となる旨を明文化する必要性もある（前記第7条・柱書の解説参照）。

そこで、今般の改正提案では、その旨を本条第5号で明文化している。

第8条（消費者公序）

【条文案】

（消費者公序）

第8条 消費者契約が公の秩序又は善良の風俗に反するか否かを判断するに当たっては、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差の存在、当該消費者契約の目的及び内容並びに締結に至る経緯その他一切の事情を考慮するものとする。

2 事業者に過大な利益を得させ、又は消費者に過大な不利益を与える法律行為が、当該事業者が当該消費者に対して不当勧誘行為を行ったことによってなされたものであるときは、公の秩序又は善良の風俗に反し無効とする。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

（1）はじめに

現在の消費者契約法は、消費者契約の適正化を確保するために契約締結過程における不当勧誘行為規制と契約条項の内容に関する不当条項規制という二元的構成であるところ、そのいずれによっても消費者契約の適正化を確保できない場合がある。

具体的には、事業者の消費者に対する不当な勧誘行為によって著しく対価的に不均衡な内容の消費者契約が締結されているにもかかわらず、消費者契約法の個別規定によっては契約の解消ができないという場合である。

すなわち、不当条項規制については、いわゆる中心条項の問題があり、上記のような事案の消費者の救済を不当条項規制だけで対処することは困難である。

一方、不当勧誘行為規制については、消費者取消権の要件立証の困難さ（これは後述する高齢者被害の場合に特に顕著である。）、現行法における行使期間の短さ、追認や法定追認が排除されていないこと等の問題から、不当勧誘行為規制が定めている消費者取消権が有効に機能せず、救済の網から外れてしまう事例が存在する。

こうした場合、最終的には民法第90条が受け皿規定として機能することになる。しかしながら、民法はあくまで対等当事者間を予定した規定であるため、文理上は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差という消費者契約の特質を十分に反映した救済判断がなされないおそれがある。

そこで、消費者契約の包括的民事ルールである消費者契約法において、まず、民法第90条を消費者契約に適用する際の解釈準則を明文で規定しておくことが、必要かつ相当である。

また、上記のような消費者公序規定の具体的な適用場面を明らかにして予見可能性と実効性を高めるという観点から、消費者取消権の要件事実を裏付ける証拠が散逸している、消費者取消権の行使期間が経過している、追認や法定追認が認められるといった理由で、不当勧誘行為によって招来された対価的に不均衡な消費者契約に苦しむ被害者を具体的に救済できる個別規定を規定することが有益である。

(2)問題となる具体例

ア 例えば、高齢者などを狙って、次々と高額な通信機器のリース契約を締結させる事案や、次々リフォーム事案、健康食品や布団、呉服を大量に購入させる事案などでは、不当勧誘を契機として、いわゆる過量販売が行われている。これら事案について、現実の紛争解決の現場においては、事実行為である不当勧誘行為の立証の困難性、及び、民法第90条の主張のハードルの高さから、そもそも救済の訴え自体が断念されるケースが多数存在する。

国民生活センター編「消費生活年報2013」10頁をみると、我が国

の相談現場における70歳以上の消費者トラブルは引き続き増加傾向にあり全体の18.9%を占めるに至っている。また、2012年度の60歳代以上の割合は合計で約33%と全体の約3割を占めており、2003年の同割合約13%の実に2.5倍となっている。高齢化社会の今後益々の進行を考えれば、かかる高齢者の消費者被害への対応は重要かつ急務である。

イ また、現行の消費者契約法では取消権の行使可能期間が極めて短いため、取消権の要件を満たす場合でも取消権の行使期間を過ぎているという場合がある。

例えば、いわゆるデート商法に起因して合計代金157万5000円の貴金属の売買契約を締結した事案（最判平成23年10月25日判時2133号9頁）で、取消権の主張は消滅時効で排斥されたものの、加盟店と消費者の売買契約は公序良俗違反とした事例など、最終的には公序良俗違反の枠組みでしか救済が図れない事例の典型例といえよう。なお、当該事案では、第1審では公序良俗違反は否定されており、第2審でようやく公序良俗違反が認容されている。このように判断が分かれる所以は、消費者契約の特質に即した判断基準が明文に規定されていないところにある。

ウ さらに、現行の消費者契約法では追認や法定追認が排除されていないため、取消権の要件を満たす場合でも、もはや取消権を行使できないという場合がある。

例えば、退去妨害があったものの、その後、消費者からの代金支払等の事情を理由として法定追認が適用され取消権の主張が排斥された事案で、最終的には、暴利行為として公序良俗違反とした事例（大阪高判平成16年7月30日ウエストロー・ジャパン）なども、最終的には公序良俗違反の枠組みでしか救済が図れない事例の典型例といえよう。

3 改正試案の解説

上記のような観点から、今般の改正試案では、第1項において、消費者契約に民法第90条を適用するに当たっては、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差の存在、当該消費者契約の目的・内容、契約の締結に至る経緯その他一切の事情を考慮するものとするとの解釈準則を明文において規定することを提案している。

また、第2項において、過大な対価的に不均衡な契約が締結されており、かつ、それが事業者の不当勧誘行為によってもたらされている場合、当該契約は民法第90条に照らして無効となる旨の個別規定を設けることを提案している。

第9条 媒介の委託を受けた第三者及び代理人

【条文案】

(媒介の委託を受けた第三者及び代理人)

第9条 第4条から第6条までの規定及び民法(明治29年法律第89号)第9

6条第1項の規定のうち詐欺による意思表示の取消しの規定は,事業者が第三者に対し,当該事業者と消費者との間における消費者契約の締結について媒介をすることの委託(以下この項において単に「委託」という。)をし,当該委託を受けた第三者(その第三者から委託を受けた者(二以上の段階にわたる委託を受けた者を含む。)を含む。次項において「受託者等」という。)が消費者に対して第4条から第6条までに規定する行為及び民法第96条第1項に規定する詐欺行為をした場合について準用する。

2 消費者契約の締結に係る消費者の代理人(復代理人(二以上の段階にわたり復代理人として選任された者を含む。)を含む。以下同じ。),事業者の代理人及び受託者等の代理人は,第4条から第6条までの規定及び民法第96条第1項(前項において準用する場合を含む。次条及び第11条において同じ。)の適用については,それぞれ消費者,事業者及び受託者等とみなす。

3 第4条から第6条までの規定及び民法第96条第1項の規定のうち詐欺による意思表示の取消しの規定は,第三者が消費者に対して第4条から第6条までに規定する行為又は民法第96条第1項に規定する詐欺行為を行い,当該消費者が当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をした場合において,当該第三者が第4条から第6条までに規定する行為又は民法第96条第1項に規定する詐欺行為をしたことを当該事業者が知っていたとき又は知ることができたときについて準用する。

【解説】

1 現行法

<第5条(媒介の委託を受けた第三者及び代理人)>

1 前条の規定は,事業者が第三者に対し,当該事業者と消費者との間における消費者契約の締結について媒介をすることの委託(以下この項において単に「委託」という。)をし,当該委託を受けた第三者(その第三者から委託(二以上の段階にわたる委託を含む。)を受けた者を含む。以下「受託者等」という。)が消費者に対して同条第1項から第3項までに規定する行為をした場合について準用する。この場合において,同条第2項ただし書中「当該事業者」とあるのは,「当該事業者又は次条第1項に規定する受託者等」と読み替えるものとする。

2 消費者契約の締結に係る消费者的代理人(復代理人(二以上の段階にわたり復代理人として選任された者を含む。)を含む。以下同じ。),事業者の

代理人及び受託者等の代理人は、前条第1項から第3項まで（前項において準用する場合を含む。次条及び第7条において同じ。）の規定の適用については、それぞれ消費者、事業者及び受託者等とみなす。

2 法改正の必要性

（1）現行法第5条の活用状況

現行法第5条は、信販会社が販売店等に対し立替払契約の締結について消費者を勧誘することを委託することは第5条第1項の委託にあたる等として、個別信用購入あっせん（個別クレジット）が利用された事案等において、消費者被害救済のために活用されている。裁判例においては、販売店の不退去あるいは退去妨害による勧誘行為により商品の購入と立替払契約の締結をさせられた事案において、現行法第4条第3項第1号あるいは第2号及び第5条により、立替払契約の取消しが認められており（東京簡判平成19年7月26日国民生活センター報道発表資料（2008年10月16日）、札幌地判平成17年3月17日消費者法ニュース64号209頁等）、また、販売店の説明においてクレジットの返済月額につき不実告知があったとして、現行法第4条第1項、第5条により立替払契約の取消しが認められたものもある（東京簡判平成16年11月29日国民生活センター「月刊国民生活」2007年1月号64頁）。さらに、加盟店の役務等の内容が信販会社の立替払契約の「重要事項」にあたるとして、立替払契約の取消しを認めたものもある（小林簡判平成18年3月22日消費者法ニュース69号188頁等）。立替払契約の取消しにより、信販会社に対する既払金の返還請求が可能となる。

現行法第5条は活用の余地が大きいものであり、本改正試案においても現行法第5条を維持した上で、下記（2）のとおり、詐欺取消しの場合も適用範囲に加える提案をすることとした。

（2）民法上の詐欺取消しを含める必要性

消費者契約法第4条による取消しは、民法上の詐欺・強迫（第96条）による取消しの範囲を拡張するものとして定められたものである（現行法第1条、第6条）にもかかわらず、消費者契約における詐欺行為については、現行法第5条に相当する規定が民法に存在せず、一般法である民法第96条第2項が適用されることとなる。そのため、消費者の意思決定に対する不当な働きかけという意味では、より悪性の強い詐欺行為の方が、第三者の関与した場合の適用範囲がより狭いという矛盾が生じ、不当な結果となっている。

現行法第5条とりわけ第1項の趣旨は、事業者が第三者に対して、代理権ではないものの取引の勧誘を行うに当たって何らかの対外的権限を与えていたような場合や、事実上の委任をしていたような場合、事業者としては第三者の不適切な行為によって不利益を被ってもやむ得ないし、消費者としても保護されて然るべきという点にある。事業者の行為が現行法第4条違反であ

っても、詐欺行為であっても、その趣旨は何ら変わることはないから、現行法第5条の適用範囲に詐欺取消しの場合を含めるべく改正する必要がある。

なお、強迫（民法第96条第1項）については、そもそも第三者によるものであっても取消可能であるため、特に改正の必要はない。

（3）取消しができる相手方の限定

民法第96条第2項は、第三者が詐欺を行った場合、相手方がその事実を知っていたときに限って意思表示を取り消すことができるとしている。しかしながら、表意者の意思形成過程に詐欺という大きな問題があることから、相手方が第三者による詐欺を知り得た場合にも取消しを認めるべきである（民法改正中間試案「第3の3（3）」でも同様の提案がなされている。）。

また、表意者が第三者の不当勧誘行為（誤認惹起行為、困惑惹起行為、つけ込み型不当勧誘）によって意思表示をした場合も詐欺の場合と同様に、表意者の意思形成過程に詐欺という大きな問題があることから、相手方が第三者による不当勧誘行為を知り、又は知り得た場合に取消しを認めるべきである（債権法改正の基本方針【1.5.15】2イ参照）。

3 改正試案の提案内容

今般の改正試案の第1項及び第2項は、本法による取消しに加えて、民法上の詐欺取消しの規定も適用範囲に加えるものである。

また、第3項は、第三者による詐欺や不当勧誘行為の場合、相手方（事業者）が当該詐欺行為又は不当勧誘行為について悪意又は過失のときは、取消し可能であることを明らかにするものである。

第10条 解釈規定

【条文案】

（解釈規定）

第10条 第4条から第6条までの規定は、これらに規定する消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示に対する民法第96条の規定の適用を妨げるものと解してはならない。

【解説】

1 現行法

＜第6条（解釈規定）＞

第4条第1項から第3項までの規定は、これらの項に規定する消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示に対する民法（明治29年法律第89号）第96条の規定の適用を妨げるものと解してはならない。

2 法改正の必要性

現行法第4条の契約締結過程に関する本改正試案に対応するように改正する必要がある。

3 改正試案の提案内容

今般の改正試案では、現行法第6条の「第4条第1項から第3項」との文言を、本改正試案の条項に対応させて「第4条ないし第6条」としている。なお、「（明治29年法律第89号）」との文言は、本改正試案第9条第1項で規定するため削除している。

第11条 取消権の行使期間等

【条文案】

（取消権の行使期間等）

第11条 この法律の規定による取消権は、取消しの原因となっていた状況（心理的な影響を含む。）が消滅した時から3年間これを行使しないときは、時効によって消滅する。当該消費者契約の締結の時から10年を経過したときも、同様とする。

2 会社法（平成17年法律第86号）その他の法律により詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができないものとされている株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出が消費者契約としてされた場合には、当該株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出に係る意思表示については、第4条第1項及び第2項、第5条第1項並びに第6条第1項（第9条各項において準用する場合を含む。）の規定によりその取消しをすることができない。

【解説】

1 現行法

<第7条（取消権の行使期間等）>

1 第4条第1項から第3項までの規定による取消権は、追認をすることができる時から6箇月間行わないときは、時効によって消滅する。当該消費者契約の締結の時から5年を経過したときも、同様とする。

2 会社法（平成17年法律第86号）その他の法律により詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができないものとされている株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出が消費者契約としてされた場合には、当該株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出に係る意思表示については、第4条第1項から第3項まで（第5項第1項において準用する場合を含む。）の規定によりその取消しをすることができない。

2 法改正の必要性

(1) 時効期間

現行法第7条第1項は、第4条第1項から第3項までの規定による取消権は、追認をすることができる時から6か月、契約締結の時から5年で時効によって消滅するとしている。このように、民法上の詐欺・強迫による取消権が、追認することができる時から5年、契約締結の時から20年で消滅すると定められていることに比して短縮化されたのは、詐欺・強迫の場合よりも要件を広げたこととの均衡や、法律関係の早期安定の必要性によるものとされている。

しかしながら、消費者に対し、取消しの原因となっていた状況が消滅した時から6か月以内に取消権を行使することは一般的に期待できない上、少額被害という消費者被害の特徴を考えれば、費用対効果などに思い悩み、躊躇するうちに6か月が経過してしまうことが十分考えられる。また、交渉自体に一定の期間を要するため、交渉中に期間が満了してしまい、取消権を行使する機会を逸してしまうことも考えられる。

現に、近畿弁護士会連合会が消費生活センターを対象として行った消費者契約法に関するアンケート調査においても、相談事例で現行法の短期消滅時効のため取消権が行使できなかったとする回答が約23%寄せられている（第27回近畿弁護士会連合会大会シンポジウム第1分科会「消費者契約法の改正～もっと使える消費者契約法を目指して～」基調報告書184頁）。

さらに、長期の時効期間についても、保険契約や会員権契約など長期間継続する契約もあり、これらは契約時から5年を超えて問題化することが多いにもかかわらず、現行法では対応できないという問題がある。

短期消滅時効を6か月としていることの不都合性を示す判例として、東京簡判平成15年5月14日最高裁HPがある。同判決は、退去妨害により困惑して絵画を購入させられた事案であるが、起算点を契約締結時と捉えると取消権の行使時期が6か月を経過していたことから、起算点を契約締結から1か月後の商品引渡し手続時と捉えて、消費者を救済したものである。同判決は、その理由として、商品引渡し手続は申込み時における契約と一体をなしている点を指摘しているが、6か月という現行法の規定が消費者被害の実態にそぐわないことの一例といえる。

このように、消費者に広く取消権行使の機会を与え、本法を実効あらしめるためにも、時効期間を延長する必要がある。法律関係の早期安定の要請があるにしても、現行法の規定は短きに失する。

(2) 短期消滅時効の起算点

現行法は、短期消滅時効の起算点を「追認をすることができる時」としている。

「追認をすることができる時」とは、取消しの原因となっていた状況が

消滅した時であるとされるところ、消費者契約法においては追認及び法定追認の規定は排除すべきであって（本改正試案第12条）、「追認をすることができる時」を起算点とするのは妥当でないことから、時効の起算点は、「取消しの原因となっていた状況が消滅した時」と改正すべきである。

時効の起算点に関し、誤認類型に関する裁判例としては、契約から約1か月後に取消しの意思表示をした点について、誤認に気づいたときから起算すれば、まだ6か月を経過していないとして、信販会社の時効主張を排斥したものがある（佐世保簡判平成17年10月18日判例集未登載）。

他方、困惑類型の時効の起算点については、消費者庁逐条解説（第2版）170頁では、事業者（不退去の場合）ないしは消費者（監禁の場合）の物理的退去時とされている。

しかしながら、物理的に退去したという場合でも、不退去・退去妨害による困惑状態が心理的に継続している限り、消費者に取消権の行使は期待したい。よって、物理的に退去した時と捉えるのは妥当でない。この点、大阪高判平成16年7月30日兵庫県弁護士会HP（いわゆる易学事件判決）は、暴利行為による公序良俗違反により契約は無効であるとして、消費者を救済したものの、物理的退去時を時効の起算点として、その後の金員の支払を「一部の履行」と捉えて法定追認を認めた判決であるが、時効の起算点を困惑状態から心理的にも脱した時と解すれば、公序良俗違反か否かの判断をするまでもなく、消費者契約法による取消しにより妥当な解決が導けたものといえる。

したがって、困惑による場合の時効の起算点については、心理的に困惑状態から解放された時であるとして、これを法文上明らかにしておくべきである。実際の適用場面において、心理的影響の有無を考慮すべき場合は、本改正試案第5条第1項の適用のある困惑類型の事案となる。

以上より、時効の起算点は、「取消しの原因となっていた状況（心理的影響を含む。）が消滅した時」と改めるべきである。

3 改正試案の提案内容

（1）時効期間

上記のような観点から、今般の改正試案では、短期消滅時効については3年、長期消滅時効については10年としている。

（2）短期消滅時効の起算点

また、短期消滅時効の起算点については、「取消しの原因となっていた状況（心理的影響を含む。）が消滅した時」としている。

（3）改正試案第11条第2項

さらに、現行法第4条及び第5条の改正案として、改正試案第4条ないし第6条及び第9条の改正提案をしていることに応じて、現行法第7条の「第4条第1項から第3項まで（第5条第1項において準用する場合を含む。）」

との文言を「第4条第1項各号第4条第1項及び第2項，第5条第1項並びに第6条第1項（第9条各項において準用する場合を含む。）」としている。

第12条 追認及び法定追認の排除

【条文案】

（追認及び法定追認の排除）

第12条 民法第122条から第125条までの規定は，この法律の規定による意思表示の取消しについては適用しない。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

現行法では第11条第1項により，消費者契約法上の取消事由についても民法第122条ないし第125条（追認及び法定追認の規定）が適用される。

しかしながら，消費者契約においては，誤認状態，困惑状態から脱した後でも，全部又は一部の履行といった法定追認事由が起こりうるのであって，消費者が，明確に意図しないまま，取消権を行使し得なくなってしまうことがある。いわゆる易学事件の大蔵高判平成16年7月30日兵庫県弁護士会HPが，その最たる例である。

また，追認についても，「追認します」という書面への署名捺印を求められ，それに消費者が安易に応じてしまうおそれがあることから，法定追認のみならず，追認についても排除する必要がある。この点，「騙されたことを知った後に立替金を支払っていたとしても，相手方に対して追認の意思表示がなされた訳ではないとして，追認の主張を排斥しクレジット契約の取消しを認めた裁判例がある（東京簡判平成16年11月29日国民生活センター「月刊国民生活」2007年1月号64頁）。「追認」を限定的に解釈して取消権の行使を認めて消費者を救済するもので，前記追認排除と方向性を同じくするものといえる。

このように消費者契約法上の取消事由については，消滅時効期間内においてはいつでも取消権が行使できることとして，できる限り消費者に取消権行使の機会を与えるべく，追認及び法定追認の規定は排除すべきである。

なお，より悪質性の強い民法上の詐欺について，追認及び法定追認が認められることとの整合性が問題となるが，消費者契約においては類型的に，追認及び法定追認に該当する行為が行われやすいことから，消費者契約法の実効性を担保するためには，特に追認及び法定追認を排除する必要性があるものと考えられる。

評価検討委員会報告書においても、取消権の行使期間及び法定追認に関する規定の在り方については、今後も消費生活相談事例、裁判例の収集、分析を行い、逐条解説書には裁判例を適宜紹介するなどしてより適切な解釈に資するものとするとともに、引き続き検討すべきであるとされており（17頁），上記と同様の問題意識に立つものである。

3 改正試案の提案内容

そこで、今般の改正試案においては、消費者契約法上の取消について、追認及び法定追認の規定を排除している。

第13条 消費者契約約款

【条文案】

（消費者契約約款）

第13条 この法律において、「消費者契約約款」とは、名称や形態のいかんを問わず、事業者が多数の消費者契約に用いるためにあらかじめ定式化した契約条項の総体をいう。

2 消費者契約約款は、事業者が契約締結時までに消費者にその消費者契約約款を提示して（以下「開示」という。），当事者の双方がその消費者契約約款を当該消費者契約に用いることに合意したときは、当該消費者契約の内容となる。

3 消費者契約の性質上、契約締結時までに消費者契約約款を開示することが著しく困難な場合において、事業者が、消費者に対し契約締結時に消費者契約約款を用いる旨の表示をし、かつ、契約締結時までに、消費者契約約款を消費者が知ることができる状態に置いたときは、当該消費者契約約款は当該契約締結時に開示されたものとみなす。

4 消費者契約の類型及び交渉の経緯等に照らし、消費者にとって予測することができない消費者契約約款の条項は契約の内容とならない。

5 消費者契約約款が第2項又は第3項の規定によって消費者契約の内容となっている場合において、次の各号に掲げる要件の全てを満たす場合には、事業者は、消費者の個別の同意を得ることなく、契約内容の変更をすることができる。

一 当該消費者契約約款の内容を画一的に変更すべき合理的な必要性があること。

二 当該消費者契約約款を使用した消費者契約が現に多数あり、全ての消費者から契約内容の変更についての同意を得ることが著しく困難であること。

三 第一号の必要性に照らして、当該消費者契約約款の変更の内容が合理的であり、かつ、変更の範囲及び程度が相当なものであること。

四 当該消費者契約約款の変更の内容が消費者に不利益なものである場合にあ

っては、その不利益の程度に応じて適切な措置が講じられていること。

6 前項の消費者契約約款の変更は、事業者が、消費者に対し、約款を変更する旨及び変更後の約款の内容を約款変更時までに提示することにより、効力を生ずるものとする。ただし、契約の性質上、変更後の約款を提示することが困難な場合にあっては、事業者が、消費者において、変更後の約款を容易に知ることができるものとする。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

(1) 消費者契約約款に関する法規範の必要性

現代社会では、電車に乗って通勤（通学）する、携帯電話で話をする、電気を使う、インターネットを使う、クレジットカードを使う、DVDを借りる、旅行をする、宅配便を送る、預貯金をするといった、我々の日常生活の中の多くの消費者契約の内容が、いわゆる消費者契約約款によって規律されている。

ところが、現行法では、消費者契約約款に関する法規範を何ら規定しておらず、その法的拘束力の要件・効果は不明瞭である。また、実際問題としても、契約の一方当事者である事業者が作成・使用する消費者契約約款については、相手方への開示が十分ではなかったり、その内容が一方的なものとなっている例も多く（平成19年度不当条項研究会報告書の参考事例集を参照）、これを放置しておくことは消費者保護の観点から考えて不合理である。さらに、約款については諸外国で多くの立法例もある。

よって、我が国においても、法律関係の明確化のために、消費者契約約款を律する法規範の明定が必要である。

(2) 消費者契約約款の定義

日常用語としての「約款」という言葉は、契約書や申込書から独立した規定集（例：保険約款集、預金規定集等）などを意味することもあるが、一方で、契約書や申込書の裏面に記載されている契約条項なども「裏面約款」と呼ばれている。また、事業者が作成した定型書式の契約書で契約条項に関する消費者との個別交渉が予定されていないものなどは、約款規制の趣旨が妥当する。この点、消費者契約約款について公約数的な共通要素を抽出して定義付けるとすれば、事業者が多数の消費者契約に用いるためにあらかじめ定式化した契約条項の総体と言いうると考える。

なお、特に消費者契約約款については、名称や形態のいかんを問わないという点を明文化しておくべきである。インターネット販売や店舗販売などで

は，定型化された契約内容の重要な部分（例：返品・返金の条件など）が「会員規約」「ご利用規約」「お買物規約」「販売条件」「商品ガイド」「よくあるご質問とご回答」「Q & A」といった種々の表題の下に使用されている例が多く，「『約款』という表題が付いていない。」といった形式的な理由で約款規制が及ばなくなるのは不合理だからである。

（3）消費者契約約款の組入要件

消費者契約約款を使用した消費者契約においても，法的拘束力の正当化根拠は契約当事者の意思の合致である。したがって，消費者契約約款に法的拘束力が認められるためには，原則として当該約款が契約締結時までに相手方に提示されていることが必要と考えるべきである。

この点，大判大正4年12月24日民録21輯2182頁は，普通保険約款の拘束力について，保険加入者は保険約款による意思で契約するのが普通であるから，特に約款によらない旨の意思を表示しないで契約したときは，反証の無い限り約款の内容による意思で契約したものと推定すべきであると判示している。しかし，上記の判例は約款の拘束力を緩やかに肯定しすぎており，少なくともあらゆる約款に対して一般化できるような論旨ではないと考える。

もっとも，消費者契約の性質上，契約締結時に消費者契約約款を開示することが著しく困難な場合については，例外を肯定して然るべきである。この場合の例外要件としては，事業者が，消費者に対し契約締結時に消費者契約約款を用いる旨の表示をし，かつ，契約締結時までに，消費者契約約款を消費者が知ることができる状態に置いたことを要するものと考える。

（4）不意打ち条項

事業者から消費者契約約款が開示された場合でも，消費者は通常，契約の対象物の特質，価格，引渡期日など契約の中心部分に関する契約条項には注意を払うが，付隨的な契約条項までは詳細な注意を払わないことが多い。一方，約款の使用者である事業者の立場ならば，消費者にとって通常予期できないような契約条項を消費者契約約款に忍び込ませることも容易である。

この点，消費者契約約款が開示されている場合においても，消費者契約の類型や交渉の経緯等からみて異常な内容で，その存在が消費者にとって通常予期できないような契約条項については，契約の内容にならないとして，消費者を保護しなければ社会正義に反する結果を招来する。このような観点から，いわゆる不意打ち条項の排除原則を立法化すべきである。

ドイツ民法第305C条（旧約款規制法第3条）でも，不意打ち条項は，約款組入れの一般的要件を補充する規定，即ち約款が契約の構成部分となるとしても，異例な条項は「当該条項は契約の構成部分とならない」と排除する位置付けで規定されている。

我が国の裁判例でも、山口地判昭和62年5月21日判時1256号86頁は、警備請負契約における自己都合解約の場合は期間満了までの警備料相当額の解約金を支払う旨の条項につき、Yが契約書を吟味せず、X担当者が右条項を説明しなかったのであるから、Yが右条項の存在を知らなかつたのも無理からぬところで、Yにとって予期しないものであるから、右条項が合理的なものと認められない限り拘束力は認められないと判示し、上記契約条項を合理的な範囲で制限し、Xの請求を一部認めている。上記の裁判例などは、不意打ち条項排除の趣旨を踏まえて判示されたものと評価できる。

なお、不意打ち条項排除規定を定めなくとも不当条項規制のみで足りるとする考え方も存在する。

しかし、消費者を合理的に予測できない内容の契約条項から保護するという不意打ち条項排除規定と、消費者を不当な内容の契約条項から保護するという不当条項規制は、理論的に異なるものである。何よりも、不意打ち条項排除が問題となる事例には、契約条項自体は不当条項と評価できないものも存在する（例：消費者が売買契約を締結してある物品を購入したところ、約款の中に有償の保守点検条項や継続的な付属品購入条項といった予測できない契約条項が挿入されていた場合など）。

よって、不意打ち条項排除規定は、不当条項規制とは別に立法化する固有の必要性が高い。

（5）約款の変更

契約の一般原則からすれば、契約内容の変更については、相手方である消費者の承諾がある場合に初めて法的効力が認められるはずである。約款使用者である事業者が一方的に行つた約款変更に無制限に法的拘束力を認めることは、相手方である消費者の権利・利益の保護という観点から問題である。

しかし、その一方において、約款を使用した取引においては、法令の変更があった場合など、約款条項を変更しなければならない場面が必然的に生じる。したがって、いかなる場合に約款を有効に変更できるのかという点を法律において明定しておくことは、約款取引の安定という観点からも、相手方である消費者の保護という観点からも、非常に重要である。

具体的に、約款使用者である事業者が約款を一方的に変更することができるのとは、約款の変更によって相手方である消費者が受ける不利益を考慮しても約款の変更を肯定することが合理的であると認められる場合、具体的には、下記（ ）の要件の全てを充たし、かつ、下記（ ）の周知手続が経由される場合に限って、変更後の約款が契約内容になるものと考える。なお、約款変更の要件について、日弁連では、民法改正中間試案に対する意見書において、適用対象を消費者契約に限定しない前提の下、同趣

旨の意見を述べている。

() 約款変更の有効要件

ア 当該消費者契約約款の内容を画一的に変更すべき合理的な必要性があること。

イ 当該消費者契約約款を使用した消費者契約が現に多数あり、全ての消費者から契約内容の変更についての同意を得ることが著しく困難であること。

ウ 上記アの必要性に照らして、当該消費者契約約款の変更の内容が合理的であり、かつ、変更の範囲及び程度が相当なものであること。

エ 当該消費者契約約款の変更の内容が消費者に不利益なものである場合にあっては、その不利益の程度に応じて適切な措置が講じられていること。

() 効力発生要件

事業者が、消費者に対し、約款を変更する旨及び変更後の約款の内容を約款変更時までに提示すること。ただし、契約の性質上、変更後の約款を提示することが困難な場合にあっては、事業者が、消費者において、変更後の約款を容易に知ることができる状態に置き、かつ、変更後の約款を知るための方法を消費者に通知すること。

3 改正試案の提案内容

(1) 今般の改正試案では、まず、第1項～第3項において、消費者契約約款の定義と組入要件に関する明文規定の立法化を提案している。

この点、近時の民法改正論議においても、事業者間契約を含めた約款の定義、組入要件の要否・内容等に関する立法化の是非が議論されているが（民法改正中間試案「第30」），今般の提案は消費者契約約款を対象としたものである。

(2) また、今般の改正提案では、第4項において、不意打ち条項排除規定を提案している。

不意打ち条項の定義ないし要件については、当該事例の経緯等の具体的事情を前提としつつ、同種の契約に消費者として関与することが予定された人々がみて当該異例条項を予測することができるかどうかという観点から（石田喜久夫編「注解ドイツ約款規制法」47頁参照）、「消費者契約の類型及び交渉の経緯等に照らし、消費者にとって予測することができない消費者契約約款の条項」としている。

また、その効果については、予測に反して奇襲を受けたような条項は合意内容とはならないというのが理論的であること、第16次国生審中間報告も「契約内容とならない」とされていたこと、ドイツ民法305C条も「契約構成要素とならない」としていること等に鑑み、「契約内容とならない」としている。

(3) また、今般の改正試案では、第5項及び第6項において、約款の変更に関する規定を提案している。具体的な提案内容は、日弁連の民法改正中間試案に対する意見書に依拠し、前述の（ ）及び（ ）をその要件としている。なお、約款変更に関する規定は、上述の組入要件、不意打ち条項、不当条項規定といった規定が立法化されることを前提としている旨注記しておく。

第2節 契約の内容

第14条 契約条項の明確化・平易化

【条文案】

（契約条項の明確化・平易化）

第14条 事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について消費者にとって明確かつ平易な表現を用いなければならない。

【解説】

1 現行法

<第3条（事業者及び消費者の努力）>

事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。

2 法改正の必要性

(1) 契約条項はトラブルが起こった際の解決指針となるものであるが、消費者と事業者の間には情報の質及び量並びに交渉力に格差があることから、契約条項の表現があいまいであったり、消費者にとって理解困難な用語や表現のものであったりする場合には、事業者に有利な解釈がなされたり、消費者が十分な理解をしないまま契約に至り消費者被害が発生していることは、広く認識されているところである。このような事態の発生を防ぐため、消費者契約の条項については一般消費者が理解できるだけの明確性と平易性が当然要求されるのである（いわゆる透明性の原則）。

第16次国生審中間報告書でも「我が国においては、保険業法、自動車損害賠償保障法において、所管官庁が行う審査の基準の一つとして、契約の内容が契約者等にとって『明確かつ平易』に定められたものであることを要求しており、また、EU指令においては、『消費者に提示される契約の全部又

は一部の条項が書面による場合には、それらの条項は常に平易かつ明確な言葉で起草されなければならない』とされている。」との指摘がなされ（参考：1993年EU指令第5条），消費者契約法に「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。」との条項を設けるべきとの提言がなされている。

(2) ところが、現行法第3条第1項は、この透明性の原則に関し、契約条項について明白かつ平易になるよう配慮するよう努めなければならないとし、單なる配慮義務あるいは努力義務にとどめている。

我が国では、消費者契約法制定後も、契約条項の明確化、平易化が十分に進んでいない。身近なものとしては、携帯電話の料金体系についてのトラブル・苦情が問題となっているところである。また、損害保険の保険金支払の問題については、消費者だけでなく、事業者までが十分に契約内容を把握できていなかつたことから、多数の支払漏れが生ずる事態となった。なお、金融取引等においては、商品全体が消費者に十分には理解できないものが少なくなく、ロコ・ロンドン取引、仕組預金、ノックイン投信、年金保険などの問題が相次いでいるところである。さらに、インターネットが普及してきた昨今においては、海外に本店がある会社のインターネット上のサイトを利用した場合に、契約内容の日本語訳が不明確なためにトラブルが発生しているという相談事例も多く報告されている。上記のような社会問題は、現行法が透明性の原則に関して、單なる配慮義務、努力義務にとどめたことと無関係ではないと思料する。

(3) 契約条項が明確であり平易であることは、すでに述べたように消費者にとって、商品・役務の選択という契約締結段階はもとより、商品・役務の利用という契約締結後の段階においても重要なことであり、さらに、現実にトラブルとなった際にも、解決指針となるものである。消費者と事業者の間の情報の質及び量並びに交渉力の格差に鑑み、契約条項の明確化・平易化は、単に配慮義務・努力義務とするだけでは不十分であり、事業者の義務として明示される必要がある。また、後述する消費者有利解釈の原則は、この義務の効果（あるいは派生原則）の1つとして位置付けられるべきである。なお、この義務を明示することは、契約条項の使用者の行為規範を明示するという意味も少くない。

3 改正試案の提案内容

上記のような観点から、今般の改正試案では、契約条項の明確化・平易化を事業者の法的義務として明定することを提案している。

第15条 契約条項の解釈準則

【条文案】

(契約条項の解釈準則)

第15条 消費者契約の条項が不明確であるため、その条項につき複数の解釈が可能である場合は、消費者にとって最も有利に解釈しなければならない。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

(1) 消費者契約の内容となっている契約条項について、契約条項の不明確さゆえに、合理的な意思解釈を尽くしても、なお複数の解釈可能性が残り、明確な結論が得られない場合がある。

このような場合の解釈準則としては、事業者と消費者との情報、交渉力格差等や公平の理念（後述の使用者不利の原則）から消費者にとって有利な解釈を優先する、という原則（消費者有利解釈の原則）を採用すべきである。

ちなみに、約款においては、かかる場合に、同様の評価に基づき、また「表現使用者には複数の解釈可能性を残すことがないように明確に表現する義務があったのに、その義務を果たさなかったがゆえに、自己に不利益な解釈可能性を負担しなければならない」との理解（フランス民法第1162条は「疑いがある場合には、合意は債務を負わせた者に不利に、債務を負った者に有利に解釈される」としてこの旨を明言している。）に基づき、「使用者（あるいは作成者）不利の原則」という解釈準則によるべきとされている。

同種の規定は、1993年EU指令をはじめ、イギリスの消費者契約における不公正条項の規則（1994年）、フランス消費者法典、イタリア消費法典、ドイツ民法、オーストリア民法、ユニドロワ国際商事契約原則2010、ヨーロッパ契約法原則等に存在しており（オーレ・ランドー／ヒュー・ビール編、潮見佳男・中田邦博・松岡久和監訳「ヨーロッパ契約法原則」・285頁～286頁）、アメリカ合衆国の判例法や韓国約款規制法にもある。

(2) このような「消費者有利解釈の原則」については、現行法の立法化に際しても、公平の要請の当然の帰結であると考えられるとされながら、明文での立法化が見送られた。

(3) 裁判実務を見てみると、消費者契約法制定前の最判平成13年4月20日民集55巻3号682頁において、生命保険契約の約款解釈に關し、亀山最高裁判事は、この判決後も、保険者が保険約款において主張立証責任について疑義がないような条項を作成し保険契約者側に提供しないのであれば、作

成者の責任を重視し、この判決のように主張立証責任を被保険者側に負わせたとするのが信義則ないし当事者間の公平の理念に照らし適切を欠くと判断すべき場合も出てくる、と「消費者有利解釈の原則（使用者不利の原則）」の考えに立った警告を発した。

しかし、「消費者有利解釈の原則（使用者不利の原則）」は、交渉実務や下級裁判所においては必ずしも採用されていない現実がある。これは、我が国の代表的な約款である損害保険約款についてみても次のとおり明らかである。

火災保険契約における約款に、保険契約者、被保険者等の故意若しくは重大な過失等によって生じた場合、保険金を支払わないと規定していることをもって、損害保険会社（保険者）は、被保険者からの保険金請求に対し、前記最判平成13年4月20日が、生命保険における災害割増特約保険金について偶発的な事故であることの主張立証責任を被保険者に負わせていることを理由に火災が偶然のものであることの証明を求めていた（この件について最判平成16年12月13日民集58巻9号2419頁は、この約款は保険者の免責事由を定めたものであり、被保険者は火災が偶然のものであることの主張立証責任を負わないとした。）。

また、自家用自動車総合保険契約約款中の偶然な事故によって被保険自動車に生じた損害に対して被保険者に保険金を支払うとの条項をもって、主張立証責任を被保険者に対して負担させたものと解釈すべきかどうか争いがあり、名古屋高等裁判所金沢支部は、上記約款の条項にいう事故の偶発性については、被保険者が事故が偶然のものであることの主張立証をすべきであると解釈していた（名古屋高金沢支判17年2月28日金判1244号48頁）。この判決に対し、最高裁判所は、上記条項について車両保険金請求者は保険事故の偶発性について主張立証責任を負わないとし、上記高裁判決を覆している（最判平成18年6月1日民集60巻5号1887頁）。

また、最判平成21年6月4日民集63巻5号982頁では、店舗総合保険契約に適用される普通保険約款中の条項の解釈に関して、「保険約款は複雑で容易に理解しがた」といことを前提として、「契約者である市民の合理的意思と乖離しない、分かりやすい約款の作成と保険実務における消費者保護の精神に沿った約款の解釈運用が望まれる。」との宮川光春裁判官の補足意見がある。

これらは、最高裁では結果的に消費者に有利な解釈を採用されているが、交渉実務や下級審裁判所では反対の結論が採用されていた実例であり、消費者有利解釈の原則が法定されであれば、かかる紛争は生じなかつたものである。

(4) また、法務省法制審議会の民法改正論議においても、契約の解釈に関する

基本的な原則を規定すべきという議論があり、その中で、約款の解釈に当たって「条項使用者不利の原則」に従うという規定を設けるかどうかについて検討が行われ、約款だけでなく、消費者契約において事業者が一方的に作成した条項についても適用すべきという意見が出ていた（民法改正中間論点整理）。

日弁連としても、民法改正にあたり、消費者契約の特則として契約条項の解釈準則（消費者に有利解釈）の規定を設けるべきとの意見書も提出していた（民法消費者規定に関する意見書）。

その後、民法改正論議では、民法への消費者概念の導入に慎重な意見への配慮から、消費者契約に関する特則規定が検討項目から外れた（民法改正中間試案）が、圧倒的に情報に格差があり、事業者が一方的に作成した契約を使用することの多い消費者契約においては、契約条項の解釈準則の規定を設ける必要性は非常に高い。

（5）以上からすると、消費者契約法において、消費者有利解釈の原則を明定する必要性が極めて高い。

3 改正試案の提案内容

上記のような観点から、今般の改正試案では、消費者契約の契約条項に関する解釈準則として消費者有利解釈の原則の明文化を提案している。

第16条 不当条項の効力に関する一般規定

【条文案】

（不当条項の効力に関する一般規定）

第16条 消費者契約の条項であって、当該条項が存在しない場合と比較して、消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害するもの（以下「不当条項」という。）は無効とする。

2 消費者契約の条項が消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害しているかどうかは、当該条項の目的及び内容、当該契約の性質及び契約全体の趣旨、同種の契約に関する任意規定が存在する場合にはその内容等を総合考慮して、消費者契約法の目的に照らし判断する。

【解説】

1 現行法

<第10条（消費者の利益を一方的に害する条項の無効）>

民法、商法（明治32年法律第48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、民法第1条第2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は、無効とする。

2 法改正の必要性

(1) 現行法第10条の前段部分の問題点

現行法第10条の前段部分、すなわち、「民法、商法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」という部分は、下記の理由から、不当条項の受け皿規定（一般規定）の要件としては不適切である。

まず、比較の対象となる法文が存在しない限り、およそ不当条項の一般規定の適用の余地がないようにも読み得る文言である点で不合理である。

特に、現代社会では民法典の典型契約には該当しない無名契約と位置付けざるを得ないような新しい類型の消費者契約が少なからず存在するところ、それらの無名契約の契約条項について、直接に比較できる法規定がないといった形式的な理由だけでおよそ不当条項の一般規定の適用の余地がないとすれば、かかる結論は極めて問題である。

学説でも、現行法第10条の前段部分については、不文の法理や判例法等、民商法の明文規定以外の重要な法原則も含まれると解釈したり、問題とされる契約条項がなければ消費者に認められていたであろう権利義務関係と問題の契約条項が規定する権利義務関係とを比較して後者が消費者の利益を制限し又は消費者の義務を加重するとはいえない場合には本条は適用されないという当然のことを述べているに過ぎないと解釈したりして、弊害が生じないような法文解釈をする考え方がある。

裁判例においても、いわゆる学納金訴訟に関する最判平成18年11月27日判時1958号12頁は、在学契約が無名契約であるとしつつ、10条の該当性判断において前段要件を欠くとは判示していない。

さらに、いわゆる更新料訴訟に関する最判平成23年7月15日金判1372号7頁は、第10条前段部分について「ここにいう任意規定には、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」と判示している。

このように、現行法第10条の前段部分については、最高裁判例も、明文の任意規定に限定されないことを明らかにしている。

ところが、消費者庁逐条解説（第2版）220頁には、上記前段部分について「民法、商法等の法律中の任意規定から乖離している場合」といった上記最高裁判例に抵触する解説が記載されている。この点からも、現行法第10条の前段要件には文言上の問題があることが明瞭である。

よって、法規範の明確化という観点から、現行法第10条の前段要件については、上記の最高裁判例の判旨を踏まえた文言改正が必要である。

この点、債権法改正の基本方針においては、現行法第10条の前段要件に相当する部分について「約款又は消費者契約の条項（中略）であって、

当該条項が存在しない場合と比較して」との提案がなされている。

また、内閣府調査作業チーム報告において、現行法第10条の前段要件については「当該条項がない場合と比較して」といった文言に修正してはどうか、との提案がなされている。

(2) 現行法第10条の後段部分の問題点

現行法第10条の後段部分、すなわち、「民法第1条第2項の定め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」という部分は、下記の理由から、消費者契約における不当条項の受け皿規定（一般規定）の要件としては不適切である。

まず、現行の民法典と消費者契約法では立法趣旨が異なっているのであるから、消費者契約法で無効となりえる契約条項は、現行の民法典における信義則や公序良俗によって無効となる契約条項に限定されなければならないはずである。

現に、いわゆる学納金訴訟に関する最判平成18年11月27日判時1958号12頁は、授業料不返還特約を消費者契約法第9条第1号に反して無効であるとしつつ、民法第90条には反しないと判示している。

さらに、いわゆる更新料訴訟に関する前掲の最高裁判例は、第10条後段部分について、当該条項がこの要件に該当するか否かは、「消費者契約法の趣旨、目的（同法第1条参照）に照らし、当該条項の性質、契約が成立するに至った経緯、消費者と事業者との間に存する情報の質及び量並びに交渉力の格差その他諸般の事情を総合考慮して判断されるべきである」と判示している。

このように現行法第10条の後段部分については、最高裁判例も、消費者契約法の趣旨・目的に照らして諸般の事情を総合考慮して判断されるべきであることを明らかにしている。

ところが、消費者庁逐条解説（第2版）222頁では、上記後段部分について「法文上『民法第1条第2項に規定する基本原則に反し』と明記していることから、本条に該当し無効とされる条項は、民法のもとにおいても民法第1条第2項の基本原則に反するものとして当該条項に基づく権利の主張が認められないものであり、現在、民法第1条第2項に反しないものは本条によっても無効にならない。」といった上記最高裁判例の判旨に抵触する解説が記載されている。この点からも、現行法第10条の後段要件には文言上の問題があることが明瞭である。

よって、法規範の明確化という観点から、現行法第10条の後段要件についても、上記の最高裁判例の判旨を踏まえた文言修正が必要である。

なお、「消費者の利益を一方的に害する」という部分についても、信義則に反して不当に消費者の利益を害する契約条項であっても、一方的に消費者の利益を害しているとまでは言い難い場合には不当条項とならないか

のように読める文言であり、消費者の利益と事業者の利益を比較考量して不当条項性を判断するという規範的要件の文言としてはふさわしくないと思われ、やはり文言修正が必要である。

この点、債権法改正の基本方針においては、現行法第10条の後段要件に相当する部分について「条項使用者の相手方の利益を信義則に反する程度に害するものは無効である。」との提案がなされている。

また、内閣府調査作業チーム報告においては、消費者契約法第10条後段要件について「消費者の利益を一方的に害する」を維持するが、「信義則に反して」という要件については削除を検討してはどうか、との提案がなされている。

(3) 個別交渉条項の適用除外の是非について

民法改正に関する立法提案の中には、個別の交渉を経て採用された消費者契約の条項について、これを不当条項規制の対象から外すという選択肢の可能性を示すものもある（債権法改正の基本方針【3.1.1.32】）。

しかし、そもそも事業者と交渉力の格差があることによって消費者に不当条項を押しつけることを防止するために本法の不当条項規制が設けられた趣旨からすれば、個別の交渉を経たとしても消費者契約に不当条項が入れられる可能性は否定できないのであり、かかる適用除外は採用すべきではない。

(4) 中心条項の適用除外の是非について

現行法第10条については、契約の目的や対価など契約の中心部分を定める条項（いわゆる中心条項）の不当性が問題になっている場合にも適用されるのかという解釈上の争いがある。

この点について、中心条項に関する問題は、現行法第10条の問題ではなく民法第90条の問題と考えるべきであるという見解が有力である。消費者庁逐条解説（第2版）220頁も、同条前段要件の文理を根拠として「暴利行為等そもそも民・商法等の任意規定と無関係なものは本条の対象にならない」としている。

しかし、そもそも契約の中心部分と付隨的部分が判然と区別できるか否かは疑問である。この点は、携帯電話の複雑な料金規定の例でも明らかなどおりである。現行法第10条の不当条項規制は、中心条項についても及ぶと解釈すべきである（コメントアル消費者契約法（第2版）188頁）。

今般の改正提案では、上記と同趣旨の考え方の下、この第16条の規定は中心条項にも適用が及ぶとの解釈を前提としている。現行法第10条前段要件の改正には、上記のような法解釈に対する文理上の疑義を取り除くという意義も存する。

併せて、今般の改正試案では、第7条で不当勧誘行為に対する損害賠償請求権を提案するとともに、第8条で消費者公序規定を提案している。したがって、例えば判断力が不十分になった高齢者に対して多大な商品を売りつけ

たといった消費者被害（過量販売）の事案については、第7条に基づく損害賠償請求権を主張することも、第8条に基づく契約無効を主張することもできるような立法提案を行っている。

3 改正試案の提案内容

(1) 現行法第10条の前段部分の改正提案

まず、現行法第10条の前段部分が有する前述のような問題点を抜本的に解決するためには、前段部分を不当条項規制の成立要件から削除してしまうという考え方もありうる。

もっとも、前段部分に記載されている任意規定からの乖離という観点、厳密には、当該規定が存在しない場合の原則的な権利義務状態と比較して消費者の利益を制限したり、消費者の義務を加重している契約条項か否かという観点は、問題となっている契約条項が不当条項か否かを検討する上で、非常に有益な判断要素の1つであることは確かである。

実際問題としても、前段部分を単純に削除して後段部分のみにした場合には、不当条項性の判断要素に関する記載が全く無い条文となってしまうことから、判断基準が抽象的になりすぎるようにも思われる。

そこで、今般の改正試案では、前段部分を、原則的な権利義務状態と比較するという意味で「当該条項が存在しない場合と比較して」という文言に修正している。

(2) 現行法第10条の後段部分の改正提案

また、今般の改正試案では、現行法第10条の後段部分について、前述のような問題点の解決のために、「民法第1条第2項」「消費者の利益を一方的に害する」という文言を削除し、「消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害する」という文言に修正している。

そのうえで、今般の改正試案では、第2項で「消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害しているかどうか」に関する判断基準及び判断要素を定めることを提案している。具体的には、当該契約条項の目的及び内容のほか、当該契約の性質及び契約全体の趣旨、任意規定の内容などを判断要素として具体的に列挙するとともに、信義誠実の原則に反する程度か否かは消費者契約法の目的に照らして判断することが必要であることを明示している。

第17条 不当条項とみなす条項

【条文案】

（不当条項とみなす条項）

第17条 次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項とみなす。

— 事業者の債務不履行により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免

除する条項

- 二 事業者の債務不履行（当該事業者，その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。）により消費者に生じた損害を賠償する責任の一部を免除する条項
- 三 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた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を免除する条項
- 四 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為（当該事業者，その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。）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一部を免除する条項
- 五 消費者契約が有償契約である場合において，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるとき（当該消費者契約が請負契約である場合には，当該消費者契約の仕事の目的物に瑕疵があるとき。以下同じ。）に，当該瑕疵により消費者に生じた損害を賠償する事業者の責任の全部を免除する条項。ただし，次に掲げる場合を除く。
 - イ 当該消費者契約において，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに，当該事業者が瑕疵のない物をもってこれに代える責任又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で，当該責任に基づく義務が履行された場合
 - ロ 当該消費者と当該事業者の委託を受けた他の事業者との間の契約又は当該事業者と他の事業者との間の当該消費者のためにする契約で，当該消費者契約の締結に先立って又はこれと同時に締結されたものにおいて，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに，当該他の事業者が，当該瑕疵により当該消費者に生じた損害を賠償する責任の全部若しくは一部を負い，瑕疵のない物をもってこれに代える責任を負い，又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で，当該責任に基づく義務が履行された場合
- 六 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し，又は違約金を定める条項。ただし，これらを合算した額が，当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い，当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えない部分を除く。
- 七 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日（支払回数が二以上である場合には，それぞれの支払期日。以下この号において同じ。）までに支払わない場合における損害賠償の額を予定し，又は違約金を定める条項であって，これらを合算した額が，支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について，その日数に応じ，当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控

除した額に民法が定める法定利率の2倍の割合を乗じて計算した額を超えるものについて、当該超える部分。

- 八 契約の解釈、事業者の消費者に対する権利の発生若しくは行使の要件に関する判断、又は事業者が消費者に対して負担する責任若しくは責任免除に関する判断について事業者のみが行うものとする条項
- 九 法令に基づく消費者の解除権を認めない条項
- 十 事業者が消費者に対して役務の提供を約する契約において、当該消費者の事前の同意なく、事業者が第三者に当該契約上の地位を承継させができるものとする条項
- 十一 事業者が契約上、消費者に対して有する債権を第三者に譲渡する場合に、消費者があらかじめ異議を留めない承諾をするものとする条項
- 十二 事業者が任意に債務を履行しないことを許容する条項
- 十三 民法その他の法令の規定により無効とされることがない限りという旨の文言を附加して、最大限に事業者の権利を拡張し又は事業者の義務を減免することを定める条項

【解説】

1 現行法

<第8条（事業者の損害賠償の責任を免除する条項の無効）>

次に掲げる消費者契約の条項は、無効とする。

- 一 事業者の債務不履行により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除する条項
 - 二 事業者の債務不履行（当該事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。）により消費者に生じた損害を賠償する責任の一部を免除する条項
 - 三 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた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を免除する条項
 - 四 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為（当該事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。）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一部を免除する条項
 - 五 消費者契約が有償契約である場合において、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるとき（当該消費者契約が請負契約である場合には、当該消費者契約の仕事の目的物に瑕疵があるとき。次項において同じ。）に、当該瑕疵により消費者に生じた損害を賠償する事業者の責任の全部を免除する条項
- 2 前項第五号に掲げる条項については、次に掲げる場合に該当するときは、同項の規定は、適用しない。

- 一 当該消費者契約において、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに、当該事業者が瑕疵のない物をもってこれに代える責任又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合
- 二 当該消費者と当該事業者の委託を受けた他の事業者との間の契約又は当該事業者と他の事業者との間の当該消費者のためにする契約で、当該消費者契約の締結に先立って又はこれと同時に締結されたものにおいて、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに、当該他の事業者が、当該瑕疵により当該消費者に生じた損害を賠償する責任の全部若しくは一部を負い、瑕疵のない物をもってこれに代える責任を負い、又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合

<第9条（消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等の無効）>

次の各号に掲げる消費者契約の条項は、当該各号に定める部分について、無効とする。

- 一 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えるもの 当該超える部分
- 二 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日（支払回数が二以上である場合には、それぞれの支払期日。以下この号において同じ。）までに支払わない場合における損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について、その日数に応じ、当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控除した額に年14.6パーセントの割合を乗じて計算した額を超えるもの 当該超える部分

2 法改正の必要性

- (1) 現行法第8条第1項第5号及び同条第2項に関する問題点と改正の必要性

現行法第8条第2項は、同条第1項第5号に該当する契約条項であっても、同条第2項が定める場合に当たるときは、消費者には救済の手段が残されており、消費者の正当な利益が侵害されているとはいえないため、当該契約条項を無効とはしない旨を定めるものであると説明されている（消費者庁逐条解説（第2版）196頁）。

しかし、代替物給付や瑕疵修補等の同項が定める責任を負うこととされている場合であっても、その履行が適切になされなければ、消費者の救済手段確保の措置がとられているとはいえないであり、そのような場合には、同条第1項第5号の適用が除外されることとなつてはならない。

現行法の下においても、同条第2項が適用される場合を限定する方向が示

されているが（コンメンタール消費者契約法（第2版）152頁以下），上記問題点を解消すべく，同項が適用される場合を適切な範囲に法文上明確に限定しておく必要がある。

（2）現行法第9条第1号に関しての問題点と改正の必要性

平均的損害の立証責任

「平均的な損害を超えること」の主張立証責任について，現行法第9条第1号の文言と，立証責任に関する通説（法律要件分類説）を形式的に行ってはめると，「平均的な損害を超えること」について消費者が主張立証責任を負うとの解釈が成り立ちうる。また，最判平成18年11月27日判時1958号12頁も，消費者である学生が立証責任を負うと判示している。

もっとも，事業者に生ずる損害について，消費者が資料を有していることは通常ありえず，主張立証責任の分配に関する上記の解釈をとった場合，事業者が資料を明らかにしない限り，消費者が「平均的な損害」について主張立証することは事実上困難である。

また，実際問題としても，「平均的な損害」について資料を有しているのは事業者であり，事業者に立証責任を負担させることが妥当かつ公平である。

そこで，下級審の裁判例においては，「平均的な損害」の立証責任を事業者に課すものや，消費者が一応の立証を行えば，事実上の推定により，事業者が平均的損害について反証する必要があるとし，運用面において事業者に平均的損害の立証を要求しているものが存在する。前掲の最高裁判例においても，「事実上の推定が働く余地があるとしても，基本的には（中略）学生において主張立証責任を負うもの解すべきである」と判示されており，上記のような問題点を踏まえた運用面への配慮がなされている。

よって，上記の問題については，むしろ端的に事業者に立証責任を課すように現行法第9条第1号の文言を変更し，立法的な解決を図るべきである。

平均的な損害の解釈

近時の裁判例においても「平均的な損害」の解釈は一様でなく，本試案においては条文化までには至っていないが，立法案としてはその算出方法について具体的な基準を設けることが考えられる。

この点，解除の時期的区分によって損害に差が生じる契約類型においては，合理的な区分によって同一の区分に分類される複数の同種の契約における平均値を用いて，各区分毎に事業者に生じる損害を算定すべきであり，事業者が恣意的に定めた区分によって算出されるべきではないと解される。

また，対象となる損害について，消費者契約においては事業者の主導の

下で勧誘・交渉が行われ、消費者は契約の内容について十分に熟慮することなく契約の締結に至ることが少なくないことが少なからずあることから、消費者契約の履行前の段階における契約解除に伴う損害賠償額は、当該契約が締結されなかつたと同様の状態におくという原状回復賠償に限定することによって、消費者者が望まない契約から離脱することを容易にすべきである。

したがって、契約の履行前の段階における契約解除の場合については、契約の締結及び履行のために通常要する費用のみが「平均的な損害」の算定の基礎となるのであり、逸失利益は、原則として「平均的な損害」に含まれないと解すべきである。例外として「平均的な損害」に逸失利益が含まれうるのは、他の顧客を獲得する等によって代替することが不可能となり、利益を得る機会を喪失した場合に限られるものとすべきである。

なお、役務提供の内容に属人性がなく、大規模に役務提供されているような場合で、その内容が当該消費者に限定されたものでない場合には、原則として上記の代替性が存在するといえ、逸失利益が平均的損害に含まれないものと解されよう。

改正に際しては、消費者にとって基準を明確化するため、これらの解釈基準をできる限り明文化することが望ましい。

(3) 現行法第9条第2号に関する問題点と改正の必要性

現行法第9条第2号は、消費者契約における消費者の金銭支払い債務の遅延に対する損害賠償額の予定等について、年14.6%を超える損害賠償を消費者に請求することができないとしている。

金銭支払い債務の遅延に対する損害賠償額の予定等の上限を一定利率で画すること自体は、必要であるが、年14.6%という上限利率は、現状の超低金利となっている社会状況に照らしたとき、一般的な金利の水準に比して著しく高いことは明らかである。この点、消費者庁逐条解説（第2版）212頁においては、賃金の支払の確保等に関する法律などの立法例や、実際に世間で使用されている契約書でかなりのものに年14.6%が使用されていることを挙げて、妥当性のある利率であるとしている。しかし、前者については、同書が挙げる立法例は消費者契約の履行場面を想定したものではなく、これを消費者契約における損害賠償額の予定等に妥当させることに根拠はない。後者についても、現在の契約書によく用いられているからと言って、それが妥当ということにはならない。

このように上限利率を引き下げる必要があることに加えて、法務省法制審議会における民法改正論議において法定利率を年3%に引き下げた上で変動金利制を導入することなどが議論されている状況を踏まえると（民法改正中間試案「第8,4」）、パーセンテージを明示する上限規制ではなく、改正前の利息制限法において、損害賠償額の予定について、同法で定める上限金利の2倍を限度と定めていたことを参考に、損害賠償額の予定等のうち、民

法に定める法定利率の2倍を超える部分は、無効とすべきである。

(4) 現行法の不当条項規制の問題点と追加規制の必要性

現行法の不当条項規制の不十分さ

現行法では、第10条で包括的な不当条項規制がなされている一方で(いわゆる一般条項)、第8条及び第9条で具体的な不当条項がリストとして規定されている。

しかし、事業者と消費者間では契約の対等性が確保されていないため、両者間の契約において問題視されるべき不当条項は様々な業界において極めて多数多岐に及んでおり(平成19年度不当条項研究会報告書添付の「参考事例集」を参照)、法的効力を否定すべき具体的な不当条項は現行法第8条及び第9条に規定されている契約条項に限定されるものではない。

また、消費者契約法は、消費者契約にかかる民事ルールの一般法であり、事業者と消費者間でなされる取引に関する根本規範となるべきものであるから、消費者被害の原因となっている契約条項は広く不当条項リストに追加して、その充実に努めるべきである。

そして、不当条項リストを追加することは、問題とすべき条項を具体化することにより当該条項の効力について契約当事者に予見可能性を与え不当条項の削減を促進するものとして、消費者のみならず事業者にとっても有益である。

ブラックリストとグレーリスト2種類の不当条項規制とすべきこと

不当条項の不当性にも程度がある。すなわち、一定の要件を満たせば他の要素を考慮するまでもなく当然に無効とされるべき極めて不当性が高い条項(ブラックリスト条項)もあれば、当該条項が不当とされる蓋然性が高くはあるが、他の事情によっては当該条項に合理性が認められる条項(グレーリスト条項)もある。

よって、種々の契約条項には不当性の程度に差異があることを端的に肯定し、ブラックリストとグレーリストという両リストをもって不当条項規制を整備すべきである。そして、両リストの具体的条項を充実させることができ、上記のとおり消費者及び事業者のそれぞれに契約条項の効力についての予見可能性を与え、不当条項の削除を促進させる意味で有益である。

3 改正試案の提案内容

(1) 現行法第8条の承継と改正試案(第1号~第5号)

<条項案>

- 一 事業者の債務不履行により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除する条項
- 二 事業者の債務不履行(当該事業者、その代表者又はその使用者の故意又は重大な過失によるものに限る。)により消費者に生じた損害を賠償する責任の一部を免除する条項

三 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた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を免除する条項

四 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為（当該事業者，その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。）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一部を免除する条項

五 消費者契約が有償契約である場合において，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるとき（当該消費者契約が請負契約である場合には，当該消費者契約の仕事の目的物に瑕疵があるとき。以下同じ。）に，当該瑕疵により消費者に生じた損害を賠償する事業者の責任の全部を免除する条項。ただし，次に掲げる場合を除く。

イ 当該消費者契約において，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに，当該事業者が瑕疵のない物をもってこれに代える責任又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で，当該責任に基づく義務が履行された場合

ロ 当該消費者と当該事業者の委託を受けた他の事業者との間の契約又は当該事業者と他の事業者との間の当該消費者のためにする契約で，当該消費者契約の締結に先立って又はこれと同時に締結されたものにおいて，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに，当該他の事業者が，当該瑕疵により当該消費者に生じた損害を賠償する責任の全部若しくは一部を負い，瑕疵のない物をもってこれに代える責任を負い，又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で，当該責任に基づく義務が履行された場合

<条項案の解説>

今般の改正試案においては，まず，現行法第8条に規定されている5類型のブラックリストを，改正試案第17条第1号～第5号として継承している。

同第1号～第4号は，債務不履行あるいは不法行為による事業者の損害賠償責任の全部を免除する条項，及び，故意又は重過失による場合の一部を免除する条項を無効とするものである。これについては，そのまま承継している。

同第5号は，事業者の瑕疵担保責任の全部を免除する条項を無効とするものであるが，前記の問題意識に基づいて，今般の改正試案では，「当該責任に基づく義務が履行された場合」にのみ無効としないこととしている。

なお，債務不履行あるいは不法行為による事業者の損害賠償責任について軽過失による場合の一部を免除する条項，事業者の瑕疵担保責任について一部を免除する条項，損害賠償責任以外の事業者の契約責任について全部又は一部を免責する条項などは，現行法第8条第1項第1号～第5号(改

正試案第17条第1号～第5号)によって無効とはならないものの、消費者の利益を不当に侵害する契約条項は一般条項である現行法第10条によって無効となりうる条項である。

上記の点を明確にするために、今般の改正試案においては、改正試案第18条第7号によって不当条項と推定する規定(グレーリスト)を定めている。

なお、本改正試案は現行民法の規定を前提とした消費者契約法の改正提案である。仮に現在法務省法制審議会で審議中の民法(債権関係)改正論議の結果として民法の瑕疵担保規定が改正される事態となった場合には、本改正試案第17条第5号(現行法第8条第5号)の提案内容についても修正が必要となる可能性がある。

(2) 現行法第9条第1号の承継と改正試案(第6号)

<条項案>

六 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項。ただし、これらを合算した額が、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い、当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えない部分を除く。

<条項案の解説>

今般の改正試案では、現行法第9条第1号のブラックリストを、改正試案第17条第6号として継承している。

ただし、現行法第9条第1号の前述のような問題点を解消するために、その要件については、「平均的な損害の額」の主張立証責任が事業者に存することを法文上明確にしている。

なお、消費者契約の解除を伴わない、消費者の債務不履行(義務違反)に対する損害賠償額の予定・違約金条項についても規制する必要があるが、この点については、改正試案第18条第11号としてグレーリストに加えて規制することとした。

(3) 現行法第9条第2号の承継と改正試案(第7号)

<条項案>

七 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日(支払回数が二以上である場合には、それぞれの支払期日。以下この号において同じ。)までに支払わない場合における損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であって、これらを合算した額が、支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について、その日数に応じ、当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控除した額に民法が定める法定利率の2倍の割合を乗じて計算した額を超えるものについて、当該超える部分。

<条項案の解説>

今般の改正試案では、現行法第9条第2号のブラックリストを、改正試案第17条第7号として継承している。

ただし、無効とする利率の上限について、先述した問題意識に基づき、現行法の14.6%から、民法が定める法定利率の2倍に引き下げる提案している。

(4) 新たな不当条項リストの追加（第8号～第12号）

今般の改正試案においては、新たなブラックリストを追加し、これを改正試案第17条第8号～同条第13号として列挙している。

契約文言の解釈等に関する排他的権利を事業者に認める条項（第8号）

<条項案>

八 契約の解釈、事業者の消費者に対する権利の発生若しくは行使の要件に関する判断、又は事業者が消費者に対して負担する責任若しくは責任免除に関する判断について事業者のみが行うものとする条項

<条項案の解説>

契約当事者は自らが合意した契約内容に拘束される反面、合意していない事項については法的拘束を受けない。これは私的自治の原則から当然、導かれる帰結であり、私たる消費者にも認められるべき権利義務状態である。

ところが、消費者の権利義務に関わる契約条項には、契約書の文言の解釈を排他的に事業者に認める条項や、事業者の消費者に対する権利の発生若しくは権利行使の要件についての判断権限を事業者に認める条項や、事業者が消費者に対して負担する責任若しくは責任免除に関する判断権限を事業者に認める条項が存在する。これらの条項を有効とすれば、あたかも契約当事者の一方に契約内容の決定権を与えるのと、事実上同様の結果になる場合が多く、消費者は自らが合意していない条項に不当に拘束され、その契約上の地位は著しく不安定かつ不利益なものとなる。

このような契約条項には合理性を認め難く、消費者の利益を不当に害する契約条項としてブラックリストにより無効とすべきである（平成19年度不当条項研究会報告書4頁参照）。

消費者の法定解除権を排斥する条項（第9号）

<条項案>

九 法令に基づく消費者の解除権を認めない条項

<条項案の解説>

事業者の債務不履行等を理由とする消費者の解除権は、事業者が債務を履行しない場合に消費者が契約から離脱することを認めるものであり、消費者の契約上の重要な権利である。同解除権を認めない条項は、民法その他の法令上認められた消費者の重要な権利を奪うものであり不当であって現行法においては第10条が適用される典型的な場合の一つであるといえる。

しかし、実際には、「いかなる理由があっても契約の解除は一切認めませ

ん」といった契約条項等，事業者の債務不履行を理由とする解除権を否定する契約条項が多々見られる。このような消費者の法定解除権を排除する契約条項には合理性を認め難く，消費者の利益を不当に害する契約条項としてブラックリストにより無効とすべきである。

なお，継続的契約における中途解約権を排除する契約条項については，改正試案第23条第3項により無効と規定している。

役務提供契約における地位の承継に関する条項（第10号）

<条項案>

十〇 事業者が消費者に対して役務の提供を約する契約において，当該消費者の事前の同意なく，事業者が第三者に当該契約上の地位を承継させることができるものとする条項

<条項案の解説>

建築請負契約や英会話学校・学習塾といった役務提供契約において，請負業者が勝手に別の業者に請負人の地位を移転したり，特定の講師の名前で受講生を募集したにもかかわらず学習塾側で勝手に講師を変更したような場合，注文者あるいは受講生は，本来期待していた内容の給付を受けられなくなってしまう。つまり，事業者の作為を内容とする契約については，その作為の内容，質などが当該事業者が誰であるかによって大きく異なり，消費者もその特定の作為の内容，質に着目して契約を締結しているのであるから，このような契約において，消費者の事前の同意なく事業者が一方的に契約上の地位を第三者に移転できるとすると，消費者は不当に不利益を被ることになる。このような条項には合理性を認め難く，消費者の利益を不当に害する契約条項としてブラックリストにより無効とすべきである。

債権譲渡における異議を留めない承諾に関する条項（第11号）

<条項案>

十一 事業者が契約上，消費者に対して有する債権を第三者に譲渡する場合に，消費者があらかじめ異議を留めない承諾をするものとする条項

<条項案の解説>

民法上の債権譲渡については事前承諾が許容されており，かつ単に債権譲渡を承諾する旨の表示をした場合，異議をとどめない承諾（民法第468条第1項）となると解されている。

しかしながら，消費者にこのような異議なき承諾を事前に強制する条項については，将来どのような抗弁事由が生じるか全く想定できない契約締結時において，一方的に異議なき承諾を求めている点で合理性を認め難く，消費者の利益を不当に害する契約条項としてブラックリストにより無効とすべきである。

事業者が債務を履行しないことを許容する条項（第12号）

<条項案>

十二 事業者が任意に債務を履行しないことを許容する条項

<条項案の解説>

契約は、契約当事者間で合意した内容に当事者を拘束することをもって契約の目的を達成する法律行為であるから、契約の拘束力を実質的に失わせる条項は契約を締結することと矛盾し契約の有効性と背反する条項である。

事業者が任意に商品や役務の提供を履行しないことを許容する条項は、事業者が任意に提供しないことを選択した場合に消費者が履行請求できないことになるから、消費者にとっては契約の拘束力を一方的に失わされることになる。このような条項には合理性を認め難く、消費者の利益を不当に害する契約条項としてブラックリストにより無効とすべきである（債権法改正の基本方針【3.1.1.33】ア 参照）。

サルベージ条項（第13号）

<条項案>

十三 民法その他の法令の規定により無効とされることがない限りという旨の文言を付加して、最大限に事業者の権利を拡張し又は事業者の義務を減免することを定める条項

<条項案の解説>

事業者の責任減免条項や消費者の権利剥奪条項について「法律上無効とされない限りで当該条項は有効とされる。」等の契約条項が事業者によって定められていることがある（いわゆるサルベージ条項）。

例えば、ソフトウェア販売における使用許諾契約書における「本契約のいずれかの条項、又はその一部が法律に適合しなくなり、あるいは無効又は施行できなくなった場合には、かかる部分のみ本契約から除かれ、残りの条項の効力はこれら影響を受けないものとします。」といった契約条項などがその具体例である（『消費者契約における不当条項の横断的分析』別冊NBL128号276頁）。

このような契約条項は、事業者が強行法規に違反しない限界まで権利を拡張し義務を免れうることを内容としているものであり、仮にかかる契約条項を有効とすれば、事業者は消費者に対して、消費者契約の条項が強行法規によりどこから無効なのかを示すよう迫りうることにもなりかねない。また、適正な内容での契約条項の策定へのインセンティブが事業者に働かないという問題もある。さらに、結果的に消費者が無効の立証を諦め泣き寝入りしかねない点において、現実的な弊害ないしその危険性が著しい（平成19年度不当条項研究会報告書14頁）。

このような契約条項については、消費者の利益を不当に害する契約条項として無効とすべきである。

第18条 不当条項と推定する条項

【条文案】

（不当条項と推定する条項）

第18条 次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項と推定する。

- 一 消費者の一定の作為又は不作為により、消費者の意思表示がなされたもの又はなされなかつたものとみなす条項
- 二 一定の事実があるときは、事業者の意思表示が消費者に到達したものとみなす条項
- 三 事業者に対し、契約上の給付内容又は契約条件を一方的に決定又は変更する権限を付与する条項
- 四 消費者が事業者からの一方的な追加担保要求に応じなければならないとする条項
- 五 事業者の保証人に対する担保保存義務を免除する条項
- 六 消費者の利益のために定められた期限の利益を喪失させる事由（民法第137条各号に掲げる事由その他消費者に信用不安が生じたと客観的に認められるような事由を除く。）を定めた条項
- 七 事業者の消費者に対する消費者契約上の債務その他法令上の責任を制限する条項（第17条第1号から第5号までの規定に該当する条項を除く）
- 八 事業者が契約の締結又は債務の履行のために使用する第三者の行為について事業者の責任を制限し又は免除する条項（第17条第1号から第5号までの規定に該当する条項を除く。）。
- 九 消費者の権利行使又は意思表示について、事業者の同意、対価の支払、その他要式又は要件を付加する条項
- 十〇 消費者契約が終了した場合における事業者の消費者に対する原状回復義務又は清算義務を減免する条項
- 十一 消費者に債務不履行があった場合に、事業者に通常生ずべき損害の金額を超える損害賠償の予定又は違約金を定める条項
- 十二 民法第295条、第505条又は第533条に基づく消費者の権利を制限する条項。ただし、民法その他の法令の規定により制限される場合を除く。
- 十三 法令に基づく消費者の解除権を制限する条項
- 十四 期間の定めのない継続的な消費者契約において、事業者に対し、解約申し入れにより直ちに消費者契約を終了させる権限を付与する条項
- 十五 事業者の証明責任を軽減し、又は消費者の証明責任を加重する条項
- 十六 管轄裁判所を事業者の住所地又は営業所所在地に限定する条項、法律上の管轄と異なる裁判所を専属管轄とする条項その他消費者の裁判を受ける権利を制限する条項

十七 他の法形式を利用して、この法律又は公の秩序若しくは善良の風俗に関する法令の規定の適用を回避する条項

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

現行法には、不当条項とされる蓋然性が高いものの、事情によっては当該条項に合理性が認められるという契約条項に関するリスト（いわゆるグレーリスト）が全く存在しない。

しかし、かかる一定の場合に不当条項となりうる契約条項のリストも、法律関係の明確化や予見可能性の確保という観点から、明定しておく方が望ましい。

比較法的には、かかるグレーリストを定めている立法例が少なくない。

改正試案第17条に関する「法改正の必要性」において述べたとおり、グレーリストの新設が必要である。

3 改正試案の提案内容

今般の改正試案においては、グレーリストを追加規定し、これを改正試案第18条第1号～同条第17号として列挙している。

なお、上記のとおり列挙したもの以外のグレーリストについても、現実の消費者被害の存否・内容、他の法令の運用状況や比較法的な観点等を踏まえつつ、さらに検討すべき問題である。

（1）意思表示の擬制（第1号）

＜条項案＞

一 消費者の一定の作為又は不作為により、消費者の意思表示がなされたもの又はなされなかったものとみなす条項

＜条項案の解説＞

意思表示は、通常自己に特定の法律効果が及ぶことを自覚して行われる。もっとも、民法第526条第2項は、申込者の意思表示又は取引上の慣習により承諾の通知を必要としないものとされる場合には、契約は承諾の意思表示と認めるべき事実があった時に成立するものとしている。

しかし、意思表示があったとはいひ難い、特定の時点における消費者の作為・不作為をもって、承諾の意思表示、権利行使放棄の意思表示等特定の意思表示を擬制する条項が使用されることが少くない。「（勝手に送りつけた商品の）梱包を開披した場合には購入の意思表示があったものとみなす」などという条項や、「（長期間の役務提供契約について）契約終了の6か月前までに更新拒絶がない場合には、更新拒絶権を放棄したものとみなす」などという条項は、その典型例である。

このような意思表示擬制条項は、その擬制される法律効果の内容如何では、

消費者に予期せぬ不利益を与える可能性が高いのであって、消費者の法的地位を著しく不安定にするものであり、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

もっとも、意思表示があったと評価されてもやむを得ない消費者の作為ないし不作為に関する規定も考えられなくないほか、擬制された意思表示を取り消すことができるといった回避措置が存在する場合等一概に意思表示擬制条項の全てが不合理であるとも言い切れない。

ただし、消費者契約においては、事業者と消費者との間で情報の質・量並びに交渉力に大きな格差があり、それを是正するためには消費者の証明責任の軽減を図ることが必要かつ有効である。

よって、このような契約条項が消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、事業者が当該条項の合理性を反証することで当該条項が有効となる場合があるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

なお、今般の改正試案と同趣旨の法文は、ドイツ民法第308条第5号、韓国約款規制法第12条第1号などにも存在している。

(2) 意思表示の到達の擬制（第2号）

＜条項案＞

二 一定の事実があるときは、事業者の意思表示が消費者に到達したものとみなす条項

＜条項案の解説＞

隔地者間における意思表示は、到達主義が原則である（民法第97条第1項）。表意者が相手方の所在を知ることができない場合等でも公示による意思表示の手続を踏むことで、意思表示を到達させることができる（民法第98条）。

しかし、上記条項は、公示による方法を経ていないにもかかわらず、意思表示が到達した場合と同様の法律効果を生じさせるものである。例えば、金銭消費貸借契約書やリース契約書の中には、消費者が住所変更の通知を怠った場合、事業者からの通知が延着又は不送達となっても、事業者は通常到達すべき時に到達したものと擬制できると規定しているものがある。かかる場合、事業者は、公示による方法をとった場合と比較して、時間的、費用的に有利となる反面、消費者としては、些少な落ち度で事業者の意思表示を到達擬制されることになり、予期せぬ不利益を被る事態となってしまう。

したがって、当該条項は、法的地位を著しく不安定にする点において、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

もっとも、通知内容の重要性により消費者の被る不利益の程度にも差があり、また、表意者の意思表示が了知可能な状態に置かれた場合には、現実には了知していないとも、意思表示が到達したものと認められるのであるから（最判昭和36年4月20日民集15巻4号774頁、最判平成10年6月

11日民集52巻4号1034頁），このような場面を具体的に規定する条項などであれば合理性を肯定することができる。

よって、このような契約条項については、消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、事業者が当該条項の合理性を反証することで当該条項が有効となる場合があるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

(3) 給付内容等の一方的な決定ないし変更（第3号）

＜条項案＞

三 事業者に対し、契約上の給付内容又は契約条件を一方的に決定又は変更する権限を付与する条項

＜条項案の解説＞

契約当事者は、締結された契約に基づく給付の内容又は契約条件について拘束されるから、新たな合意がない限り一方当事者が片面的にその給付内容等を決定又は変更することはできないのが原則である。

しかし、「弊社が決定する条件で」あるいは「弊社が必要と判断した場合には を変更するものとし」等の条項により、事業者に対してのみ、契約締結後の決定権限又は変更権限が留保されることが少なくない。

そして、そのような場合に、消費者に変更後の契約関係からの離脱の機会を付与したり、変更の範囲や変更基準などを規定するなどの手当てが講じられている例はごく少数である（『消費者契約における不当条項の横断的分析』別冊NBL128号26～29頁）。

事業者に留保された権限により、事業者は、当初の契約の拘束力を一方的かつ片面的に否定できることになるが、それでは他方当事者である消費者は、契約締結時に予測していなかった不利益を被りかねない。特に、決定又は変更が給付の目的物やサービスの質や価格のような契約内容の本質的な部分に関するものである場合、その決定又は変更の内容が当該契約を消費者が締結した目的そのものに反するとしても、消費者は、当然に拘束され契約関係からの離脱もできないこととなる。

このような結論を容認する結果となる当該条項は、事業者が契約の拘束力を一方的かつ片面的に否定できることになる点において、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

ただし、新たな法規制への対処、変化する経済環境への対応等を求められる事業者としては、当該条項の存在により、大量に存在する消費者取引について個別合意を取り付けることなく、新法への適合性が確保でき、あるいは、給付の対価的均衡を保持できる等、当該条項の合理性を必ずしも否定できない場面も考えられるところである。

よって、このような契約条項については、消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、事業者が当該条項の合理性を反証した場合に限り

有効となるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

なお、本条項と同様の規定は、ドイツ民法第308条第4号、1993年EU指令、韓国約款規制第10条第1項等にも存在している。

(4) 一方的な担保徴求権限を定める条項（第4号）

＜条項案＞

四 消費者が事業者からの一方的な追加担保の要求に応じなければならないとする条項

＜条項案の解説＞

例えば、旧銀行取引約定書のうち銀行の一方的な増担保を定めた条項（「債権保全を必要とする相当の事由が生じたときは、請求によって直ちに貴行の承認する担保若しくは増担保を差し入れ、又は保証人を立て若しくはこれを追加します。」）は、「債権保全を必要とする相当の事由」の意義が明らかではなく、銀行の一方的な判断で主債務者に過大な担保提供義務を課すことになるとして問題とされていた。このように事業者が一方的に過剰な担保提供を要求できる条項は、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

もっとも、事業者として債権保全のために適正な担保要求は認められるべきであるし、消費者としても、担保を追加することで、取引を継続するメリットは存在するから、当該条項については、消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、事業者が当該条項の合理性を反証することで当該条項が有効となる場合があるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

(5) 担保保存義務の免除条項（第5号）

＜条項案＞

五 事業者の担保保存義務を免除する条項

＜条項案の解説＞

例えば、銀行取引約定書のうち銀行の担保保存義務免除特約を定めた条項（「保証人は、貴行がその都合によって担保もしくは他の保証を変更、解除しても免責を主張しません。」）は、少なくとも銀行が故意又は重大過失によって担保価値を減少させたような場合にまで免除特約の主張を認めるのはおかしいとして、従前より問題があるとされてきた。特に、保証人の責任を限定すべきとの民法改正試案が検討されているところ、前記に例示した条項については、担保価値の減少に伴う責任を消費者たる保証人に一方的に押しつけることに等しく妥当ではない。判例上も、民法第504条を排除する担保保存義務免除特約について、原則として有効としつつも、故意又は重大な過失がある場合等、信義則によりその効力を主張することが制限されうることを認めている（最判平成2年4月12日金法1255号6頁参照）。

このように民法第504条で定められている債権者の担保保存義務を免除

することは、法定代位者が享受すべき利益を事実上強制放棄せることになるから、消費者に予期せぬ不利益を与える危険性が高く、当該条項は、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

一方、取引が長期間継続する中で、担保の解除や差替えの必要もあり、このような要請に応じやすくし、取引の円滑化、安定化を図る必要性もある。そこで、このような契約条項については、消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、事業者が当該条項の必要性、合理性を反証することで当該条項が有効となるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

(6) 期限の利益喪失事由に関する条項（第6号）

＜条項案＞

六 消費者の利益のために定められた期限の利益を喪失させる事由（民法第137条各号に掲げる事由その他消費者に信用不安が生じたと客観的に認められるような事由を除く。）を定めた条項

＜条項案の解説＞

民法第137条に規定されている期限の利益喪失事由については、あらゆる契約に共通する合理的な期限の利益喪失事由であるから、このような事由のみが期限の利益喪失事由として定められている限りは、不当に消費者の権利利益を奪うものとはいえない。また、民法137条所定の事由以外でも、債務者の信用不安が生じたと客観的に認められる事由が存在する場合には、期限の利益を喪失させることの有効性は、広く肯定されてきたとおりである。例えば、分割払債務において、2回分の支払いを怠ったときに期限の利益を失わせる条項は、裁判上の和解等でも広く用いられている。これらを一律に不当条項として無効とすることは、債権確保の点からみても妥当とはいえない。

しかし、民法第137条各号に規定された事由以外にも、例えば、「本契約に定める条項に違反したとき」に期限の利益を失わせるなど、消費者に対する信用不安が増大するとはいえない事由、あるいは期限の利益を喪失させるほどに重大ではない約定違反事由等により期限の利益を喪失する旨が定められていることは少なくない。このような些細な事情をもって期限の利益を喪失するとすれば、全額一括請求という形で消費者に事実上履行できない金額の債務を課す結果となるのであり、それは消費者に過大な予期せぬ不利益を与えるかねない。したがって、このような期限の利益喪失条項は、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

そこで、民法第137条各号規定の事由及び消費者の信用不安が生じたと客観的に認められるような事由以外の事由が期限の利益喪失事由として定められている契約条項については、基本的に消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、事業者が期限の利益喪失事由の合理性を主張立証した場合にのみ有効とするグレーリストとするのが適切である。

(7) 事業者の法令上の責任制限条項（第7号）

＜条項案＞

七 事業者の消費者に対する消費者契約上の債務その他法令上の責任を制限する条項（第17条第1号から第5号までの規定に該当する条項を除く）

＜条項案の解説＞

契約自由の原則により、あらかじめ一方当事者の債務不履行責任等の法的責任を特約で制限することは有効と考えられている。

しかし、消費者契約においては、契約条項は事業者が一方的に作成したものであることが通常であり、かつ、事業者は当該商品やサービスの契約について専門的知識を有していることから、あらかじめ自社が負う可能性のある危険を免責条項で回避することを企図することが可能である。

一方、消費者は、そのような危険の存在や免責条項の意味するところなどは通常知り得ない。上記のような点において、事業者の定める免責条項は、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

もっとも、商品やサービスの内容によっては、事業者が義務を履行する上で過大な危険を負う結果となる場合がありえるほか、損害額が過大になる場合も考えられるところであり、事業者が一定の適正な手続を遵守すれば、責任の制限を認めることが合理的である場合も考えられる。

よって、このような契約条項については、消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、事業者が当該条項の合理性を反証することで当該条項が有効となる場合があるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

なお、事業者の定める免責条項のうち紛争事例が多い損害賠償義務に関する免責条項については、これを一定の場合に無効とする旨のブラックリストが現行法第8条第1号ないし第5号（本試案第17条第1号ないし第5号）において規定されている。本号は、本試案第17条第1号ないし第5号に該当しない場合を適用対象とするものである。

(8) 履行補助者と責任減免条項（第8号）

＜条項案＞

八 事業者が契約の締結又は債務の履行のために使用する第三者の行為について事業者の責任を制限し又は免除する条項（第17条第1号から第5号までの規定に該当する条項を除く）。

＜条項案の解説＞

事業者が使用する第三者の行為については、履行補助者に故意・過失がある場合に事業者の債務不履行責任を負うことは確立した判例法理である。

また、報償責任ないし危険責任の法理といった観点から実質的に考えても、事業者が自らの判断により選定した第三者の行為については、事業者が責任を負うことが合理的かつ公平である。

この点，履行補助者の行為に関する事業者の責任を制限し又は免責を認める契約条項は，事業者が自らの判断により選定した第三者を使用するリスクを消費者に転嫁するものであり，消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

よって，このような契約条項については，消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で，事業者が当該条項の合理性を反証することで当該条項が有効となる場合があるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

なお，事業者の定める免責条項のうち紛争事例が多い損害賠償義務に関する免責条項については，これを一定の場合に無効とする旨のブラックリストが現行法第8条第1号ないし第5号（本試案第17条第1号ないし第5号）において規定されている。本号は，本試案第17条第1号ないし第5号に該当しない場合を適用対象とするものである。

(9) 消費者の権利行使を制限する条項（第9号）

<条項案>

九 消費者の権利行使又は意思表示について，事業者の同意，対価の支払，その他要式又は要件を付加する条項

<条項案の解説>

法律上，権利行使あるいは意思表示について，要式性が要求される場面ないし時的制限が課される場面は限定的である。

しかしながら，「消費者が法律上の権利行使するために事業者の同意を要件とし，又は事業者に対し対価を支払うべきことを定める条項」，「事業者に対する給付請求権の行使方法を限定する条項」，「事業者又は第三者に対する損害賠償その他法定の権利行使方法に制限を課す条項」など，消費者の法定の権利行使又は意思表示について，要式又は要件に関する制限を課す条項が用いられることが多い。

例えば，「権利行使に当たって事業者の同意又は事業者への対価支払を定める条項」としては，不動産賃貸借契約における更新料支払条項を挙げることが出来る。正当事由がない限り貸主は契約更新を拒絶できないはずであるのに，更新料支払をしないことで契約更新が不可能となるとするのは，消費者の権利を奪う不当なものである。

また，「事業者に対する給付請求権の行使方法を制限する条項」としては，保険金の請求，預金の払戻しなど消費者の請求行為に一定の手続が必要とされているものを挙げることが出来る。しかし，これらの手続は，事故の発生，請求者と権利者の同一性などを証明するための方法でしかなく，それらが別の手段，方法で適切に確認できる限り，指定手続違背を理由に消費者の権利を奪うことは不当である。

そのほか，「事業者又は第三者に対する損害賠償その他法定の権利行使

方法に制限を課す条項」としては、消費者の損害賠償請求権の権利行使期間として極めて短期の期間制限を加えている例がある（標準宅配便運送約款では、荷物の毀損についての荷送人の責任が（荷送人が悪意の場合を除いて）着荷日から2週間以内に通知を発しないと消滅するとされている（同第24条第1項）。また、標準旅行業約款では、旅行業者の過失により旅行者の手荷物について損害が発生した場合、損害発生の翌日から14日以内（国内）又は21日以内（国外）に通知があった場合に限り15万円を限度に責任を負うとされている（同第27条第3項など）。しかし、損害賠償請求権がかかる短期間に消滅することは、通常消費者には予測困難である。

加えて、他の「事業者又は第三者に対する損害賠償その他法定の権利行使方法に制限を課す条項」としては、事業者の定める機関による仲裁、あっせん以外の請求方法（訴訟を含む）を禁止する例や、エステティックサロン、ペットショップなど指定病院の診断書がなければ補償請求を認めないとする例もあるが、いずれも消費者の事業者に対する責任追求の手段を極めて制限するか、あるいは事実上奪うことに等しいものとなり不当である。

このように、消費者の事業者に対する権利行使や意思表示の要式又は要件を加重する契約条項は、消費者に予期せぬ不利益を与える危険性が高く、消費者の法的地位を著しく不安定にする。その意味において、消費者の利益を不当に害する不利な契約条項である蓋然性が高い。

もっとも、条項で規定されている一定の要式に従うことの困難性が乏しい場合、特定事項の証明方法として合理的な書類が要求されているに過ぎない場合、契約の性質上必要とされる制約である場合等、合理性が存在する場合も想定できる。

よって、このような契約条項については、消費者の利益を不当に害する条項であることを推定した上で、事業者が当該条項の合理性を反証することで当該条項が有効となる場合があるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

(10) 事業者の清算義務等の減免条項（第10号）

<条項案>

十〇 消費者契約が終了した場合における事業者の消費者に対する原状回復義務又は清算義務を減免する条項

<条項案の解説>

借家契約が終了した場合の敷金ないし保証金の不返還条項、在学契約が終了した場合の授業料、施設利用費等を含む前納学納金の不返還条項などは、本来であれば、事業者には消費者に対する受領金の返還義務があるにもかかわらず、一律に不返還を定め事業者に不当利得を許容している点において、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

もっとも、清算手続に要する費用負担など事案と内容によっては不返還も

合理性のあるものとして許容される場合も想定される。

そこで、このような契約条項については、消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、事業者において合理性を証明したときには、当該条項が有効となる場合があるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

(11) 過大な損害賠償の予定又は違約金（第11号）

＜条項案＞

十一 消費者に債務不履行があった場合に、事業者に通常生ずべき損害の金額を超える損害賠償の予定又は違約金を定める条項

＜条項案の解説＞

債務不履行に基づく損害賠償の対象は、通常生ずべき損害及び当事者がその事情を予見し、又は予見することができた特別事情により生じた損害である（民法第416条）が、民法第420条第1項前段は、契約当事者が損害賠償の予定を定めることができるとし、同条第1項後段は、裁判所が賠償額の増減をすることができない旨を規定している。また、同条第3項は、違約金は損害賠償の予定と推定すると規定している。

しかし、予定された賠償額や違約金が実際に生じた損害額よりも過大だった場合には、債務者に著しい負担を課すという公平の観点に反する事態が起りうる。この点、裁判例においても、過大な賠償額を予定する契約条項については、その全部又は一部を公序良俗違反（民法第90条）として無効とすることで、実質的な結論の妥当性を図っている（東京高判平成8年3月28日判時1573号29頁、大阪高判平成10年6月17日判時1665号73頁、名古屋高判昭和45年1月30日下民集21巻1・2号155頁等）。

特に消費者契約においては、事業者が契約条項を一方的に作成している場合が多いことなどから、損害賠償額の予定ないし違約金条項によって事業者が消費者の犠牲の下、不正な利得を取得する危険性がより高い。そのため、現行法第9条第1号においても、消費者契約の解除に伴う損害賠償額の予定条項や違約金条項が、当該事業者に生ずべき平均的損害を超える範囲で無効となる旨を規定し、上記の問題に対して一定の対応を図ってきた。

しかしながら、上記のような危険性は、例えば、レンタルビデオの過重な延滞金料金、賃料相当損害金を過重する条項（賃料相当損害金の2倍や3倍など）等、消費者契約の解除を伴う場合に限定されないはずである。

そこで、通常生ずべき損害を超えるような負担を消費者に負わせる損害賠償額の予定条項や違約金条項は、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高いことから無効とすべきである。

もっとも、事案や契約によっては、事業者に特別な損害が発生する場合も考えられ、そのような特別な損害が発生する可能性が相当程度ある場合などには、それに見合った損害賠償の予定や違約金を定めることには合理性があ

るとも考えられる。

よって、このような契約条項については、消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、事業者において合理性を証明したときには当該条項が有効となる場合があるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

なお、今般の改正試案においては、現行法第9条第1号について改正試案第17条第6号で改正提案を行っている。

(12) 消費者の同時履行の抗弁権等を排除する条項（第12号）

<条項案>

十二 民法第295条、第505条又は第533条に基づく消費者の権利を制限する条項。ただし、民法その他の法令の規定により制限される場合を除く。

<条項案の解説>

留置権相殺権及び同時履行の抗弁権は、いずれも契約当事者にとって担保としての機能を果たす権利であり、契約内容の如何に關かわらず最低限認められる権利である。これらの権利の制限は、どのような内容の契約であっても保障されるべき消費者の最低限の担保権すら奪う条項であるから、法令上制限される場合を除きその合理性を認め難い。

もっとも、領収証の交付を後履行にするなど消費者の利益を不当に害するまではいえないようなことも考えられる。そこで、原則として、不当条項として無効とするとともに、事業者が当該条項の合理性を反証することで当該条項が有効となる場合があるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

(13) 消費者の法定解除権制限条項（第13号）

<条項案>

十三 法令に基づく消費者の解除権を制限する条項

<条項案の解説>

消費者の法定解除権を奪う条項をブラックリストとすべきであることは、改正試案第17条第9号の部分において述べたとおりである。

これとは別に、消費者の法定解除権に制限を加える条項、例えば契約後一定の期間を定めた解除制限や解除事由の制限等が設けられている場合、消費者の法律上の権利を片面的に奪うものであるから、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

もっとも、解除事由が軽微である場合等解除制限の理由と解除制限の内容が一定の合理性を有する場合も有り得る。

そこで、このような契約条項については、事業者による反証の余地は残すこととして、消費者の利益を不当に害する条項との推定を及ぼすグレーリストとすることが適当である。

なお、今般の改正試案においては、継続的契約における中途解約権を制限

する条項に関する規定を別途定めている。具体的には、上記中途解約権を排除する契約条項は無効とし（第23条第3項），上記中途解約権を制限する契約条項は事業者の反証がなければ無効と規定している（第23条第4項）。

(14) 継続的な消費者契約に関する事業者からの解約申し入れ（第14号）

<条項案>

十四 期間の定めのない継続的な消費者契約において、事業者に対し、解約申し入れにより直ちに消費者契約を終了させる権限を付与する条項

<条項案の解説>

期間の定めのない継続的な契約関係の終了については、解約申し入れから一定の合理的期間の経過を要するとするのが通常である。

しかし、上記条項は、事業者からの解約申し入れにより何らの猶予期間を設けることなく、直ちに契約関係を終了させることができるとするものであるから、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

もっとも、継続的な消費者契約の内容によっては当該条項が許容される場合もあると考えられる。

よって、このような契約条項については、消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、事業者において合理性を証明したときには、当該条項が有効となる場合があるグレーリストとして位置付けるのが相当である。

(15) 消費者の証明責任加重等（第15号）

<条項案>

十五 事業者の証明責任を軽減し、又は消費者の証明責任を加重する条項

<条項案の解説>

証明責任を法定の場合よりも消費者に不利に定める条項（例えば、民法第415条の債務不履行責任に関し、事業者の「責に帰すべき事由」を消費者に証明させる条項）については、現行法第10条でも無効になりうる契約条項であり（消費者庁逐条解説（第2版）225頁），消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

本類型については、形式的に見れば直接に消費者の権利義務を左右する効果を持つものではないが、実質的に消費者の権利義務を左右しうる効果を持つものであり、規制がなされている他の不当条項類型の脱法行為を許さないためにも、セーフティネット的な規定としての必要性が認められる。

もっとも、本類型に該当する条項の中には、実質的に消費者の権利義務を左右しないものもあると考えられるので、事業者が当該条項の必要性、合理性を立証したときには不当条項としないグレーリストに位置付けるのが相当である。

よって、このような契約条項については、消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、当該約款の合理性を事業者側が立証できた場合に

は、例外的に有効となるグレーリストと考えるべきである。

(16) 裁判管轄条項（第16号）

＜条項案＞

十六 管轄裁判所を事業者の住所地又は営業所所在地に限定する条項、法律上の管轄と異なる裁判所を専属管轄とする条項その他消費者の裁判を受ける権利を制限する条項

＜条項案の解説＞

管轄裁判所を事業者の住所地や営業所所在地に限定する条項、法律上の管轄と異なる裁判所を専属管轄とする条項など消費者の裁判を受ける権利について、任意規定の適用による場合と比較して制限を加える条項は複数存在する。

確かに、民事訴訟法上、合意管轄条項が専属管轄を定めるものであってもなお他の裁判所への移送が認められることが明確にされてはいるが、必ずしも移送決定がなされる保証はない。そもそも、管轄裁判所に関する条項は、事業者の便宜のためにあることが多く、当事者が認識してもいないし考えてもいないようなことが多い上に、遠隔地での裁判追行を強いられる等消費者の権利行使を事実上抑制する効果を持つから、消費者の利益を不当に害する契約条項である蓋然性が高い。

そこで、このような契約条項については、消費者の利益を不当に害する条項であると推定した上で、当該条項の合理性を事業者が立証できる場合には、例外的に有効となるグレーリストとすべきである。

(17) 脱法条項（第17号）

＜条項案＞

十七 他の法形式を利用して、この法律又は公の秩序若しくは善良の風俗に関する法令の規定の適用を回避する条項。

＜条項案の解説＞

現実社会においては、事業者が契約の法律構成を組み替えたりすることによって、消費者契約法の不当条項規制や民法・特定商取引法等の強行法規を潜脱して消費者の利益を不当に侵害しようとしている場合がある。例えば、現行法第9条第1号の適用を回避するために、継続的役務提供契約を権利売買契約と法律構成する契約条項を定める場合や、継続的役務提供契約の中途解約自体を禁止する契約条項を定める場合などである。また、労働契約のような形態をとった製品等を売りつける内職商法、英会話教室において特定商取引法の清算ルールを回避するために期間が経過したら受講したものとみなす、清算単価を高くする、ポイント有効期限が切れた分は返さないといった契約条項を定めている例なども指摘されている（『消費者契約における不当条項の横断的分析』別冊NBL128号176頁）。このような脱法行為は合理性を認め難く、法的効力を肯定することは社会正義に反する。

そこで、このような他の法形式を利用して強行法規の適用を回避しようとする契約条項については、事業者が消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害する契約条項ではないことを主張立証した場合を除き、消費者の利益を不当に害する契約条項としてとして無効である旨を不当条項リストにおいて明定しておくべきである。

他の法形式を利用して消費者契約法や他の法令中の強行法規（公序良俗に関する規定）の適用を回避する条項については、他の法形式を利用することに合理的な理由があり、かつ、消費者の利益を不当に害しない場合でない限り、不当条項として無効としている。

4 補足 = 他の不当条項リストの可能性

上記で列挙した以外の不当条項リストについても、現実の消費者被害の存否、内容、他の法令の運用状況や比較法的な観点等を踏まえつつ、さらに検討すべき問題である。

(1) 仲裁合意の取扱い

この点、仲裁法附則第3条は、消費者と事業者の間の将来において生じる民事上の紛争を対象とする仲裁合意について、「当分の間」の措置として、消費者が解除することができるとする特例を規定している。

本特例の趣旨は、紛争発生前の仲裁合意においては消費者が仲裁条項の存在を認識していない場合が多いこと、訴権を失うという仲裁合意の効果の重大性等に鑑み、消費者の利益を擁護しようというものである。

仲裁法附則第3条は、「当分の間」として暫定的に定められている特例であるところ、消費者と事業者の間の将来において生じる民事上の紛争を対象とする仲裁合意については、その効果の重大性等からすれば、消費者の利益擁護のためには何らかの手当がされなければならない。そして、その措置としては、消費者契約法において、不当条項リストとして、消費者と事業者の間の将来において生じる民事上の紛争を対象とする仲裁条項を無効とすると定めることが考えられる。

評価検討委員会報告書においても、仲裁法附則第3条の特例を受け、不当条項リストの追加について検討すべきと考えられる条項として、「仲裁条項」が挙げられている（評価検討委員会報告書23頁以下）。

(2) 民法改正の動きとの関係

列挙した不当条項リストは、いずれも現行の民法典の規定を前提としたものである。この点、近時の民法改正議論においては、種々の新たな法制度の採用の当否が議論されているが、もし仮に民法典が改正される場合には、新民法典に対応した新たな不当条項リストの追加を検討する必要があるようと思われる。

第19条 不当条項の効果

【条文案】

(不当条項の効果)

第19条 不当条項に該当する消費者契約の条項は、当該条項全体を無効とする。ただし、この法律その他の法令に特別の定めがある場合又は当該条項全体を無効とすることが消費者の利益に反することとなる場合は、この限りではない。

2 前項の場合においても、当該消費者契約の他の条項は効力を妨げられない。ただし、当該条項が無効であった場合には当該消費者が当該消費者契約を締結しなかったものと認められる場合、当該消費者契約は無効とする。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

(1) 法律行為の原則論としては、当事者の合意内容はできる限り尊重すべきあり、特定の契約条項の内容が部分的に無効となる場合においても、当該条項の残りの部分の効力は影響を受けないものと考えられる。

しかしながら、もし仮に消費者契約法の不当条項規制の効果についても上記のような考え方をそのままあてはめ、事業者が不当条項規制に違反するような契約条項を定めても裁判所がぎりぎり有効な範囲で効力を維持する場合には、不当条項の流布を助長する結果となったり、不当条項に異議を唱えない消費者に不利益をもたらす結果を招来してしまうことになる。

したがって、消費者契約法の不当条項規制に違反する契約条項の効力については、原則として、当該契約条項全体を無効と解すべきである（コメントル消費者契約法（第2版）199頁など同旨）。

そして、上記のような法律効果は、前述した法律行為の原則に対する例外ないし特則であるから、法律関係の明確化という観点から、消費者契約法において明文規定を立法化しておくべきである。

この点、債権法改正の基本方針では「約款又は消費者契約に含まれる特定の条項の一部が無効となるときは、法令にこれと異なる定めがない限り、当該条項は全体として無効となる。」との提案がなされている（【3.1.1.37】）。

また、内閣府調査作業チーム報告では、「原則として全部無効とし、例外的に一部無効となりうるものを見定めることを明文化してはどうか。」との提案がなされている。

(2) 法律行為の一般論として、特定の契約条項が無効となっても、原則とし

て他の契約条項や契約自体はその効力を妨げられない。しかし、問題の契約条項が無効であるとすれば契約当事者が当該契約を締結しなかったであろうと認められる場合などには、当該契約自体が無効となりうる。

今般提案する第16条ないし第18条の不当条項規制は、契約の中心部分に関する紛争も適用対象にしているなど、上記の例外にあたりうる場合も包含している。よって、法律関係の明確化という観点から、不当条項規制が契約の効力自体に及ぼす効果についても明文規定を立法化しておくべきである。

3 改正試案の提案内容

そこで、今般の改正試案では、不当条項規制の効果について、(1)当該契約条項全体が無効となることとした。なお、「この法律その他の法令に特別の定めがある場合」のみならず「当該条項全体を無効とすることが消費者の利益に反することとなる場合」にも例外的に当該条項全体が無効とならないこととした。数ある不当条項のうち、全体無効を原則とすべき条項もあれば、一部無効とした方が妥当な場合もあることが予想されるが、その全てを法律その他の法令で特別の定めを置いておくことは困難であり、解釈にゆだねた方が妥当な場合もあると考えられるからである。また、(2)契約自体は原則として有効であるが、例外的に無効となることとした。

第20条 不当条項使用行為と損害賠償義務

【条文案】

(不当条項使用行為と損害賠償義務)

第20条 事業者が、不当条項を含む消費者契約の申込み若しくはその承諾の意思表示を行ったことによって消費者の権利又は利益を侵害した場合には、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りでない。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

不当条項が無効とされた場合、当該条項に基づく履行請求はできず、既に履行がされていた場合には、原状回復が行われることになるが、不当条項の内容によっては、条項を無効としただけでは消費者の救済として不十分な場合がある。

例えば、無効な条項が有効であることを前提として、消費者が交通費等当該

条項を履行するための費用を出捐していたような場合は、条項の効力を否定するだけでは、消費者に生じた損害を回復することはできない。そこで、消費者に、無効な条項の存在によって被った損害の回復を認めることが必要となる。

ここでいう消費者が被った損害とは、事業者が本来使用してはならない不当条項を使用したことにより生じたものであるから、事業者は被害者の損害賠償請求に応じてこれを賠償すべき義務を負う。

このような場合の消費者の損害賠償請求は、不法行為の一般原則によっても可能であるが、事業者が不当条項を使用する行為が不法行為を基礎づける違法行為であることを明らかにしておくとともに、事業者の故意又は過失の立証責任を転換できれば、消費者の損害回復及び事業者の不当条項使用行為の抑止という観点により資するものといえる。

3 改正試案の提案内容

事業者が16条ないし18条により無効とされる不当条項を使用したときは、消費者は、事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができることとした。ただし、当該事業者が故意・過失の不存在を立証した場合には、事業者の帰責性の無さに鑑みて例外的に損害賠償義務を負わないものとしている。

第3節 取消し及び無効の効果等に関する消費者契約の特則

第21条 消費者契約の取消し及び無効の効果

【条文案】

（消費者契約の取消し及び無効の効果）

第21条 この法律の規定により消費者契約が取り消され、又は無効となる場合は、消費者は、その契約によって現に利益を受けている限度において、返還の義務を負う。

2 前項の場合において、事業者が行った行為の態様、消費者が受けた不利益の内容及び程度、当該消費者契約の性質及び内容等を総合考慮して、信義誠実の原則に反すると認められる場合には、当該事業者は、当該消費者に対し、利益の全部又は一部について返還を請求することができない。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

(1) 例えば、眞実は害虫などいないのに事業者から「害虫がいる。」との不実の

告知を受けて不必要的害虫駆除サービスを受けてしまった後に消費者が不当勧誘行為の存在に気づいた場合において、消費者がせっかく本法に規定された取消権を行使して上記サービス契約を取り消したとしても、上記契約に基づき給付を受けたサービスの対価相当金を不当利得返還義務なし原状回復義務として負担しなければならないとするならば、実質的にみて消費者取消権を認めた趣旨が没却されるのみならず、社会正義に反する不合理な結果を招来してしまう。

現実に、消費者が不実告知など不当勧誘行為の存在を理由に消費者契約の取消しを主張して既払金の返還を求める訴訟を提起した場合などにおいても、事業者から「契約代金相当額の利益を受けている」などとして、取り消された契約に基づいて給付された利益に関する不当利得返還請求との相殺等の主張が出されることがある。

- (2) したがって、本法が規定する消費者取消権等を無意味にしないためにも、不当勧誘行為を行った事業者の「やり得」「利得の押しつけ」といった社会正義に反する結果を許さないためにも、違法行為の抑止という観点からも、本法が定める消費者取消権により消費者契約が取消し、無効となった場合における消費者の事業者に対する不当利得返還義務の範囲に関する減免規定を立法化すべきである。
- (3) また、具体的な事案において、事業者の行為の態様や目的の悪質性が強く、当該事業者に不当利得返還請求権を肯定すること自体が社会正義に反するような場合については、違法行為の抑止という観点から、事業者の不当利得返還請求自体を認めないような法制度を設けるべきである。

3 改正試案の提案内容

- (1) まず、今般の改正試案では、第1項において、本法が規定する消費者取消権等によって消費者契約が取消し又は無効となった場合について、消費者に対し、制限行為能力者の取消権の場合（民法第121条ただし書）と同様に、利得消滅の抗弁を認める規定の新設を提案している。

なお、上記のような論旨は、民法が規定する詐欺、脅迫、暴利行為等によって契約が取消し又は無効となる場合にも、同じく妥当する。この点、近時の民法改正論議においても、契約が無効となった場合の返還請求権の制限の問題として立法化の是非が議論されている（民法改正中間論点整理「第32、3、（2）、ウ」）。

- (2) また、今般の改正試案では、第2項において、極めて悪質な事業者の「やり得」「利得の押しつけ」などは許さないという観点、違法行為の抑止という観点から、民法の不法原因給付（民法第708条）の規定を参考としつつも、その要件を緩和するという観点から、具体的な事案において事業者が行った行為の態様、消費者が受けた不利益の内容及び程度、当該消費者契約の性質及び内容等を総合考慮して、当該事業者に消費者の現存利益の全部につ

いて返還を許容することが信義誠実の原則に反すると認められる場合には、その全部又は一部を請求できないようにする旨の規定の創設を提案している。

第22条 複数契約の取消し、無効及び解除

【条文案】

（複数契約の取消し、無効及び解除）

第22条 一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が存在するだけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の取消原因又は無効原因に基づき、複数の消費者契約全部の取消し又は無効を主張することができる。

2 一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が履行されただけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の解除原因に基づき、複数の消費者契約全部の解除を主張することができる。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

（1）複数の契約が組み合わされた取引と消費者トラブルの増加

現代社会においては、取引の要請にしたがって、ひとつの取引に各種の契約を組み合わせて利用する現象が多数見られるようになっている（奈良輝久「企業間取引における複合契約の解除（上）」判例1339号34頁）。現代の契約において、このように複数の契約が結びつく理由としては、関係当事者それぞれについて、経済的なメリットが享受できることが指摘されている（本田純一「クレジット業者の加盟店管理義務違反と顧客への責任」『取引法の変容と新たな展開』277頁以下）。

また、かかる複数契約が結合した取引形態においては、取引の要請あるいは経済的なメリットを享受するという特定の目的を実現するための枠組みとして、複数当事者が関与することも珍しいことではなく、新たなビジネスモデルの開発として今後注目すべき分野であることが指摘されている（加藤雅信「新民法体系 契約法」123頁）。

そして、上記のような複数契約が結合した取引形態の増加に伴って、そのような取引に関与した消費者と事業者との契約トラブルも発生している。

例えば、既に裁判例に現れている事案としては、下記アないしクのようなものがある。これらは現代の取引社会の実状を反映して、二当事者間における複数契約の問題のみならず、三当事者間における複数契約の問題（下記イないしオ）も含んでおり、多様な種類の複数契約に関する問題が紛争となっていることがわかる。このような取引社会の実状を踏まえると、取引の目的や当事者らの認識において、複数の契約が一つのパッケージとして相互に密接に関連づけられた契約群であると評価できるような場合には、全体として契約の取消し、無効あるいは解除を主張できるような法規範を定立することが、取引の実態にも、当事者らの認識にも、社会正義の観点にも、法律関係の明確化という観点にも合致すると考えられる。

<具体的な裁判例>

- ア 不動産の所有権を小口化した持分の売買契約と、当該持分を購入者（一般消費者）が販売者に賃貸する賃貸借契約に関する事例（東京地判平成4年7月27日判時1464号76頁）
- イ 屋内プールを含むスポーツ施設を利用すること（会員権契約）を主要な目的としたリゾートマンション区分所有権売買契約について、屋内プールの未完成を理由に、会員権契約だけでなく、区分所有権売買契約も解除できるとされた事例（最判平成8年11月12日民集50巻10号2673頁（以下「平成8年最高裁判決」という。））
- ウ A B間（Aは高齢者）のマンション売買契約、A C間のライフケアサービス契約及びA D間のケアホテル会員契約に関する事例（東京高判平成10年7月29日判タ1042号160頁）
- エ 相続税対策のためにA B間（Aは一般消費者）で変額保険契約を締結し、その保険料支払いのためA C間で金銭消費貸借契約を行った事例（大阪高判平成15年3月26日金判1183号42頁）
- オ 芸能人AとB事務所とのマネジメント契約と、A B C間の専属契約との関係を扱った事例（東京地判平成15年3月28日判タ1144号82頁）
- カ データベース開発請負契約と当該契約に必要となるサーバー等売買契約に関する事例（東京地判平成18年6月30日判時1959号73頁）
- キ 販売業者との間の売買契約上の無効を理由に、割賦購入あっせん業者との間で締結した立替払契約が無効になる場合についての判例（最判平成23年10月25日民集65巻7号3114頁、判タ1360号88頁など。以下「平成23年最高裁判決」という。）
- ク 「同一当事者間で締結された複数の契約のうち、一方の契約の債務の履行が他方の契約の債務の一要素となり、一方の契約上の債務不履行を理由に、法定解除権の行使として他方の契約を解除できるのは、各契約の目的

とするところが、相互に密接に関連付けられていて、社会通念上、どちらか一方の契約のいずれかが履行されるだけでは契約を締結した目的が全体としては達成されないと認められる場合である」という一般論を定立して、「本件賃貸借契約と上記債務弁済契約が締結された目的は、5年間を目処とする控訴人の経済的更生に被控訴人が協力するという点で同一であって、両契約は、相互に密接に関連付けられていて、社会通念上、どちらか一方の契約のいずれかが履行されるだけでは契約を締結した目的が全体としては達成されないと認められる場合に該当する」とし、債務弁済契約の不履行による解除事由の発生をもって、賃貸借契約の解除を肯定した事例（福岡高判平成24年10月18日判タ1388号200頁）

（2）平成8年最高裁判決の考え方と判断の枠組み

この点、前掲の平成8年最高裁判決も、「同一当事者間の債権債務関係がその形式は甲契約及び乙契約といった2個以上の契約から成る場合であっても、それらの目的とするところが相互に密接に関連付けられていて、社会通念上、甲契約及び乙契約のいずれかが履行されるだけでは契約を締結した目的が全体として達成されないと認められる場合」には、甲契約の債務不履行を理由に甲契約と併せて乙契約をも解除できると判示し、同様の観点に立った判断を下している。

また、同判決の調査官解説でも、「契約が二個以上であるからといって、一つの契約の債務不履行を理由に他の契約を解除することはできないという結論に達するのは短絡的にすぎるのであって、契約が二個以上であっても、両契約の関係如何によっては、条理に照らして解除を許さなければ成らない場合のあることを承認せざるを得ないであろう。」「要は、契約当事者がどのような目的で何を約定したかなのであって、形式的にはこれが2個以上の契約に分解されるとしも、両者の目的とするところが有機的に密接に結合されていて、社会通念上、一方の契約のみの実現を強制することが相当ないと認められる場合（一方のみでは契約の目的が達成されない場合）には、民法第541条により一方の契約の債務不履行を理由に他方の契約をも解除することができるとするのが、契約当事者の意識に適合した常識的な解釈であると思われる。」「（契約の）結合性があるならば、甲契約上の債務不履行を理由に乙契約の解除を認めよう」とされている（最高裁判所判例解説民事篇・平成8年度（下）962～963頁）。

このように、平成8年最高裁判決は、複数の契約において契約相互の結合性が認められるような場合、一つの契約の消滅をもって他の契約をも消滅させることができが社会通念に合致し常識的であるとの価値判断を示し、かつ、そのような一体的な契約消滅を認めることが合理的であると評価できる場合の要件として、客観的にみて、

ア 各契約の目的とするところが相互に密接に関連付けられており

イ 社会通念上，一部の契約のみでは契約を締結した目的が全体として達成されないと認められる場合であることが必要であるという判断の枠組みを示している。

(3) 平成23年最高裁判決の考え方と判断枠組み

平成23年最高裁判決は，訪問販売等5類型に関するクーリングオフと既払い金返還を規定する割賦販売法第35条の3の10第5項及び同条第13項が存在しない当時の事例について，「個品割賦購入あっせんは，法的には，別個の契約関係である購入者と割賦購入あっせん業者（以下「あっせん業者」という。）との間の立替払契約と，購入者と販売業者との間の売買契約を前提とするものであるから，両契約が経済的，実質的に密接な関係にあることは否定し得ないとしたうえで，「個品割賦購入あっせんにおいて，購入者と販売業者との間の売買契約が公序良俗に反し無効とされる場合であっても，販売業者とあっせん業者との関係，販売業者の立替払契約締結手続への関与の内容および程度，販売業者の公序良俗に反する行為についてのあっせん業者の認識の有無および程度等に照らし，販売業者による公序良俗に反する行為の結果をあっせん業者に帰せしめ，売買契約と一体的に立替払契約についてもその効力を否定することを信義則上相当とする特段の事情があるときでない限り，売買契約と別個の契約である購入者とあっせん業者との間の立替払契約が無効となる余地はない。」と判示した。

この平成23年最高裁判決は，旧割賦販売法の規律を前提とした事例判断であるが，同判決を参考に，同一の消費者を，あたかも扇の留め金のようにして，複数の事業者が複数の消費者契約を締結する場面では，前記平成8年最高裁判決が示した前記ア及びイの基準を満たしていることに加えて，無効等の事由の効果を及ぼされることとなる事業者の，前記ア及びイに関する認識の有無により絞りを掛けることとして，無効等の事由の効果を及ぼすことを許容するのが相当である。

(4) 複数契約の取消し，無効及び解除に関する法規範に関する具体的な要件

このように，複数契約の一体的な消滅（取消し，無効及び解除）を規律する法規範としては，平成8年最高裁判決の前掲ア，イのような判断の枠組みに沿って考えることが合理的であると考えられる。

そして，同一当事者間の複数契約の事案のみならず，複数当事者間の複数契約の事案についても，上記のような契約の結合性が認められるような場合には，一つの契約の消滅をもって他の契約を消滅させる必要性があることは同じである。また，現代の取引社会においては，むしろ複数当事者間の契約関係の方がスタンダードともいえる。複数契約の一体的な消滅の考え方を同一当事者間に限定すべきではないし，判断の枠組みについても基本的には同様に考えるべきものと思料する。特に消費者契約の分野にお

いっては、複数契約の一体的な消滅（取消し、無効及び解除）に関する法規範を制定すべき必要性は極めて大きい（例・複数の事業者が提携・協力して消費者への物品販売契約・役務提供契約とその対価に関する与信契約をワンパッケージにしたビジネスモデルを構築して消費者に両契約を同時に勧誘している場合など）。

ただし、複数当事者間の複数契約の場合には、取消原因、無効原因や解除原因が存在しない別契約の相手方事業者の利益を考慮する必要がある。

そこで、かかる複数当事者間の複数契約の事案をも視野に入れた場合の法規範としては、平成8年最高裁判決の前掲ア、イの要件が客観的に存在することに加え、平成23年最高裁判決の判示内容を参考に、前記の通り同ア、イの客観的要件について、各契約の相手方事業者が「それを知っていた」という主観的要件を要求することが合理的であると考える。

3 改正試案の提案内容

このような観点から、今般の改正試案では、平成8年及び平成23年最高裁判決の考え方及び判断の枠組みを踏まえて、消費者契約の分野について、複数当事者間をも含めた複数契約の取消し、無効及び解除に関する前述のような法規範の明文化を提案している。取消し、無効の原因は本法に基づくものに限定されない。

なお、近時の民法改正論議でも、平成8年最高裁判決の考え方を民法の規定として立法化することの是非について議論がなされていた（民法改正中間論点整理「第32, 2, (3)」）。

第23条 継続的契約の中途解約権

【条文案】

（継続的契約の中途解約権）

第23条 消費者は、次の各号に該当する消費者契約を、事業者に対し相当な期間を定めて通知することによって、将来に向かって解約することができる。

- 一 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供し、消費者がこれを受領する契約
 - 二 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供する権利を販売し、消費者が当該権利を購入する契約
 - 三 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して物品等を販売し、消費者が当該物品等を購入する契約
 - 四 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり物品を賃貸し、消費者が当該物品を借り受ける契約
- 2 事業者は、前項の規定による中途解除がされた場合、消費者に対し、名目を

問わず、解約手続に必要な事務手数料及び契約期間1か月分の対価（当該消費者契約の性格に照らして合理的に考えられる最小区分の契約期間が1か月未満の場合には、その最小区分の契約期間の対価とする）を上回る金銭の支払を請求することはできない。

- 3 第1項に規定する中途解約権を認めない消費者契約の条項は不当条項とみなす。
- 4 第1項に規定する中途解約権を制限する消費者契約の条項及び中途解約時に第2項に規定する金額を上回る金銭の支払を定める消費者契約の条項は、不当条項と推定する。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

- (1) 継続的契約の場合、契約期間が長期間となり、消費者契約においては対価が高額になることが多い。契約締結後に転勤など契約を継続することが困難となる事情が生ずる場合もある。また、継続的役務提供契約の場合には、役務の内容を事前に把握することが困難で、実際にその提供を受けてからその内容を知るとともに、役務の内容に不満を持ち、契約の継続を望まなくなることも多い。このような継続的契約に拘束され続けることは、消費者にとって大きな不利益である。

このように、消費者契約に係る継続的契約においては、消費者に対し、将来的に契約から離脱できる解約権を認める必要性が高い。

- (2) 民法に規定されている継続的な典型契約には、相互解除の自由ないし中途解約権が規定されているものがある。例えば、委任及び準委任に関する民法第651条及び第656条、賃貸借に関する同法第617条及び第618条、請負に関する同法第641条などである。また、特定の取引（英会話、エステ等）については、特定商取引法において、中途解約権が規定されている（同法第49条第1項）。

非典型契約である継続的契約については、そもそも民法に規定が存在しないことから中途解約権も法定されてはいない。しかし、それは、民法が中途解約を否定しているからではなく、準委任契約類似の契約として準委任の規定に基づき、あるいは、信義則に基づき、中途解約権は認められているものと考えられる。

- (3) しかし、明文規定が存在しない現状では、これを否定する考え方も成り立つるところである。

そこで、少なくとも消費者契約に該当する継続的契約における中途解約権の存否に関する疑義を解消し、その根拠を明確にするため、消費者に中途解

約権を認める規定を本法で立法化すべきである。

この点、法務省法制審議会が平成23年4月に取りまとめた民法改正中間論点整理においても「継続的契約が消費者契約である場合には、消費者は将来に向けて契約を任意に解除することができる」とすることが検討課題の1つとされていた。上記のような規定については、民法に消費者概念を導入することに反対する意見への配慮から民法には定められないことになったものの、この問題については立法の必要性が既に顕在化しているところである。

(4) なお、中途解約が問題となる継続的契約の典型例は、継続的役務提供契約である。しかし、法律構成を変えることによる脱法を招かないよう、特定商取引法の規定を参考に、継続的権利販売契約についても中途解約権を肯定する必要がある。

また、継続的役務提供契約のような準委任契約でなくとも中途解約権が認められることを明確化しておくために、継続的物品販売契約や賃貸借契約についても中途解約権を明定しておく必要がある。

この点、長期に亘る新聞購読契約の中途解約をめぐる問題が、近時、大きな紛争や苦情の対象となっている。具体的には、契約者が購読期間中に入院等の理由で新聞の解約を申し出たところ、中途解約を認めず、高額な解約料を請求する等のトラブルである。かかる消費者トラブルを手当するという観点からも、継続的物品販売契約についても中途解約権を明定しておく必要性が高い。

3 改正試案の提案内容

- (1) 上記のような観点から、今般の改正試案では、消費者契約に係る継続的契約について消費者に中途解約権を認める規定を提案している。
- (2) まず、本条第1項では、特定商取引法の特定継続的役務提供契約に関する規定内容を参考に、2か月以上の期間にわたる継続的役務提供契約、継続的権利販売契約、継続的物品販売契約及び賃貸借契約について、消費者に中途解約権を認める規定を提案している。
- (3) また、本条第2項では、消費者が中途解約権を行使した場合に、事業者は当該消費者に対し解約手続に必要な事務手数料と1か月分の対価（最小区分の契約期間の対価）を越えた金額の損害賠償請求ができないという規定を提案している。消費者の中途解約権の行使を保護する趣旨であり、これも特定商取引法の規定内容を参考としたものである。
- (4) さらに、本条第3項では消費者の中途解約権を廃除する契約条項を不当条項とみなす規定、本条第4項では消費者の中途解約権を制限する規定及び第2項所定の金額を越えた金額の支払を認める契約条項を不当条項と推定する規定を提案している。本条第1条及び第2条の中途解約権を事業者が特則で自由に排除できないようにする趣旨である。

第24条 目的物交付前解除権

【条文案】

（目的物交付前解除権）

第24条 消費貸借契約の貸主が事業者であり，借主が消費者である場合には，借主は，消費貸借の目的物の交付を受けるまでは，契約の解除をすることができる。

2 貸主は，前項の規定による解除がなされた場合，消費者である借主に対し，これに基づく損害賠償請求をすることができない。

3 前2項の規定に反する消費者契約の条項は不当条項と推定する。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

(1) 民法改正中間試案では，書面による場合には金銭その他の目的物の交付前に消費貸借契約が成立すること（諾成的消費貸借），及び，目的物を受け取るまでは借主がその消費貸借契約を解除できることを明文で定める立法試案が提言されている。

その上で，民法改正中間試案では，借主の目的物交付前の解除権行使によって貸主に損害が生じたときは，借主がその損害を賠償しなければならないとすることを定める立法試案が，かかる規定を設けない（解釈に委ねる）という注書きとともに，提言されている。

しかし，解除権が行使された際に損害賠償義務を負うことを民法におけるデフォルトルールとして明示するべきではない。むしろ，借主が無条件で拘束力から逃れることができるよう，解除に伴って損害を賠償することは要しないという理由を置くべきである（民法改正中間試案に対する意見書）。

まず，上記のような損害賠償義務を定める規定を置くことは，消費貸借からの借主の解放を困難にする。すなわち，消費貸借は有用性を有する契約であるが，同時に大きな危険を内在する契約でもある。商工ローン問題やサラ金問題などで顕著なように，立場の弱い借主を貸主の高利収受から保護する視点が必要な契約類型である。この点，借主が目的物を必要としなくなった場合には，契約から可能な限り容易に離脱できるようにするべきである。この点，目的物交付前の解除権を認めても，それによって損害が生じた場合に賠償を要することになると，解約権行使に大きな制約が生じる。

また，解除に伴って生じる損害は，必ずしも自明の内容ではない。すなわち，貸主は借主に貸さなかった金銭を他の方法で運用することにより利益を得たり，管理コストや貸し倒れの危険を回避することができるなど，損害が

生じるかどうかや損害の額は、必ずしも明らかではない。それにもかかわらず、このような規定を設けた場合、目的物引渡し前に解除したときに、借主は約定利息金など事業者の履行利益を賠償するのが当然であるという誤った理解及び実務慣行が生じる可能性があり、悪質な業者がこの規定を濫用するおそれもある。

以上の理由から、目的物交付前は消費貸借の拘束力から無条件で逃れられるよう、損害賠償義務の負担無く契約を解除できる規定を民法に置くべきであると考える。少なくとも消費者を借主、事業者を貸主とする消費貸借契約については、消費者である借主が目的物交付前に経済的負担無く契約解除できる旨の明文規定を設けるべきである（民法消費者規定に関する意見書）。

(2) ただし、例えば、事業者が費用を掛けて消費貸借目的物を準備し、当該目的物が他の消費者に貸すことが期待できないような物である場合に、消費者がそのことを認識しつつ交付前に解除したときに、事業者がその費用を消費者に請求できないとすることは事業者に酷である。

そこで、消費貸借の目的物交付前解除時の損害賠償を認める契約条項については不当条項と推定し、事業者が当該契約条項の合理性を主張立証した場合には当該条項が有効となる余地を残すことが相当である。

3 改正試案の提案内容

上記のような観点から、今般の改正試案では、消費者を借主、事業者を貸主とする消費貸借契約について、借主に目的物交付前の解除権が認められること、借主は上記解除権を行使しても損害賠償義務を負わないこと、損害賠償を定める契約条項は不当条項と推認されることを消費者契約法において明文で定めることを提案している。なお、今般の提案は、民法において同趣旨の規定を消費者契約に限らない形で規定することに反対する趣旨ではない。

第25条 期限前弁済

【条文案】

（期限前弁済）

第25条 貸主が事業者で借主が消費者である消費貸借契約においては、当事者が返還の時期を定めた場合であっても、借主はいつでも返還をすることができる。

- 2 前項の規定により、借主から返還時期の前に返還がなされた場合であっても、貸主は借主に対し、これに基づく損害賠償請求をすることができない。
- 3 前2項の規定に反する消費者契約の条項は不当条項と推定する。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

(1) 民法改正中間試案では、契約期間の定めのある消費貸借において借主が期限前弁済を行った場合には貸主への損害賠償義務を負担することを定めることが提言されている。

しかし、貸主が借主から期限前弁済がなされた場合に損害が生じるかどうかや損害の額は必ずしも自明ではない。

特に、事業者を貸主、消費者を借主とする消費貸借の場合には、個別の貸付額は少額であるため、期限前弁済によって生じる事業者の不利益はごく軽微である。また、期限前弁済がされた場合、貸主の貸し倒れリスクは軽減される一方、その金銭を用いて、別の顧客に同様の条件で貸付けを行うことが通常である。現に多少の不利益が生じたとしても、貸主はそれを前提として顧客全体を通して不利益を利息に転嫁していると考えられる。消費者契約の場合に期限前弁済に伴う損害が生じるかは疑問がある。

それにも関わらず、上記の中間試案が提言するような条項が規定された場合、期限前弁済をしたときには必ず損害賠償を行わなければならないとする不当な実務慣行が生じるおそれがある。

前述の通り、立場の弱い借主を貸主の高利収受から保護する視点から、借主が目的物を必要としなくなった場合、契約から可能な限り容易に離脱できるようにするべきである。この点、借主に期限前弁済を認めて、それによる損害賠償義務を課すならば、借主に大きな制約が生じる。

そこで、少なくとも事業者を貸主、消費者を借主とする消費貸借については、損害賠償義務の負担無く期限前弁済をできる旨の明文規定を消費者契約法に設けるべきである（民法消費者規定に関する意見書、民法改正中間試案に対する意見書）。

(2) ただし、期限前弁済に伴う相当額の事務手数料の支払を求めることが等まで不可能とすることは事業者に酷であるように思われる。

そこで、期限前弁済時の損害賠償を認める契約条項については不当条項と推定し、事業者が当該契約条項の合理性を主張立証した場合には当該条項が有効となる余地を残すことが相当である。

3 改正試案の提案内容

上記のような観点から、今般の改正試案では、消費者を借主、事業者を貸主とする消費貸借契約について、借主は期限前弁済が可能であること、期限前弁済をしても損害賠償義務を負わないこと、損害賠償を定める契約条項は不当条項と推認されることを消費者契約法において明文で定めることを提案している。なお、今般の提案は、民法において同趣旨の規定を消費者契約に限らない

形で規定することに反対する趣旨ではない。

第26条 抗弁権の接続

【条文案】

（抗弁権の接続）

第26条 消費者が事業者との間で有償の契約を締結するに伴い，当該消費者がその対価の全部又は一部の支払いに充てるため，当該事業者とは異なる事業者（以下「貸主」という。）との間で金銭消費貸借契約を締結する場合であって，当該有償契約と当該金銭消費貸借契約の目的及び締結の過程に牽連性が認められるときは，当該消費者は，当該有償契約において事業者に対して生じている事由をもって貸主に対する債務の弁済を拒むことができる。

- 2 前項の規定に反する特約は無効とする。
- 3 前2項の規定は，金銭消費貸借契約と実質的に同一の機能を有する与信契約に準用する。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

(1) 現代社会においては，事業者（供給業者）と消費者との間の商品販売契約や役務提供契約の代金支払のために，当該供給業者と業務提携関係にある他の事業者（与信業者）と消費者との間で金銭消費貸借契約等の与信契約が締結されることがしばしば行われている。このような商品販売契約等と与信契約は，形式的には別当事者間の別契約として行われているが，事案によっては経済的・実質的に見て不可分一体をなしていると認められる事案も少なくない。

このような事案において，消費者が供給業者に対しては不実告知に基づく消費者取消権等を主張できるにもかかわらず，経済的・実質的に供給業者と一体をなしている与信業者が消費者に対して何ら制約無く与信契約上の債務の履行を求めることができるというのは，明らかに不合理な結論である。特に，供給業者の倒産や所在不明などが発生した場合において，上記の問題は消費者に極めて深刻な事態を引き起こすことになってしまう。

供給業者の商品販売契約等と与信業者の与信契約との間に目的及び契約締結過程における牽連性が認められるなど，両契約の間に密接な取引関係（提携関係）が，認められるような事案であれば，消費者は，商品販売契約について商品供給がなされない場合には，供給業者に対する代金支払も，その支

払のために締結した与信契約に基づく与信業者への支払も拒むことができるを考えるのが通常である。また、供給業者と与信業者が上記のような提携関係にある場合には、与信業者は供給業者から与信契約のあっせんにより消費者と与信契約を締結することができ、利益を得る一方で、与信業者は提携関係を通じて供給業者を監督でき、またリスクを分散できる。そのような与信業者は、提携関係にある供給業者に生じた事由について消費者に対し一定の責任を負って然るべきである。

(2) 現在、割賦販売法において、上記のような観点に基づく抗弁の接続規定が定められており（割賦販売法第29条の4、第30条の4、第35条の3の19第1項），活用されている。

もっとも、割賦販売法上の抗弁接続規定の適用は、与信契約の形態が信用購入あっせん契約等に限られており、例えば金銭消費貸借契約など立替払い契約以外の与信契約には適用されない場合がある。また、指定された支払総額に満たない与信契約である場合や、マンスリークリア方式の与信契約の場合には適用されない。さらに、取引の対象が権利である場合には、政令で指定された権利（指定権利）の取引である場合しか適用されない（第2条）。このように、割賦販売法に基づく抗弁の接続規定が適用され、消費者被害が救済される場面は、なお限定的である。

供給業者の商品販売契約等と与信業者の与信契約との間に割賦販売法が予定しているような事案と実質的に差違がない密接な取引関係（提携関係）が存在する場合について、与信契約の契約形態や支払総額や支払方式によって、消費者保護の存否や程度が全く異なるというのは、明らかに不合理な結論である。

(3) この点、最判平成2年2月20日集民第159号151頁は、購入者と販売業者との間の売買契約が販売業者の商品引渡債務の不履行を原因として合意解除された事案において、抗弁接続条項が存在しない場合には、原則として抗弁の接続を否定しつつ、与信業者において供給業者の不履行に至るべき事情を知り若しくは知り得べきでありながら与信を実行したなどの不履行の結果を与信業者に帰せしめるのを信義則上相当とする特段の事情がある場合には、購入者が、供給業者に対して生じた事由をもって与信業者に対する債務の弁済を拒むことができる旨判示した。

特に現代の消費者契約においては、供給業者と与信業者の業務提携によって商品販売契約等と与信契約の目的及び契約締結手続が実質的に見て一体と認められる事案が少なくないことや、事業者と消費者の情報・交渉力格差の大きさを踏まえると、消費者の保護並びに消費者・事業者への予見可能性の確保という観点から、少なくとも消費者契約の分野において上記のような抗弁接続規定を設ける必要性は高いと考えられる。

(4) 法務省法制審議会の民法改正論議では、民法改正中間論点整理において、

消費者契約に該当する金銭消費貸借契約に関する特則規定として上記のような抗弁接続規定を民法に設けることの是非が論点として設定され、日弁連はこれに賛成していた（民法消費者規定に関する意見書）。

しかし、その後、民法改正論議では、民法への消費者概念の導入に慎重な意見への配慮から、上記のような抗弁接続規定を含む全ての消費者契約の特則が、検討項目から除外された（民法改正中間試案）。

したがって、現時点では、消費者契約に関する上記のような抗弁接続規定を、消費者契約の包括的民事ルールである消費者契約法において設ける必要性が極めて高い状況である。

3 改正試案の提案内容

上記のような観点から、今般の改正試案では、消費者契約法において、割賦販売法の抗弁接続規定を消費者契約分野で一般法化する抗弁接続規定を設けることを提案している。

具体的には、上記平成2年最判が割賦販売法の適用の無い場合でも抗弁接続を肯定している「（不履行の結果を）与信業者に帰せしめるのを信義則上相当とする特段の事情がある場合」について、情報・交渉力格差の存在という消費者契約の特質に鑑みて「当該有償契約と当該金銭消費貸借契約の目的及び締結の過程に牽連性が認められるとき」という要件において具体化・明確化することを提案している。

加えて、かかる抗弁権接続規定を排除する契約条項は無効である旨を付記するとともに、金銭消費貸借契約以外の与信契約にも拡張しうることを提案している。

第27条 貸貸借契約における原状回復義務を加重する条項の無効

【条文案】

（貸貸借契約における原状回復義務を加重する条項の無効）

第27条 貸借人が消費者で貸借人が事業者である貸貸借契約において、貸貸借契約の終了に伴う目的物の返還に際して、自然損耗又は通常損耗によって目的物に生じた変化について消費者に補修義務又は補修費用を負わせる契約条項は、無効とする。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

判例法理においては、貸借人は通常損耗・自然損耗について、原則として原

状回復義務を負わないことが確立している。

しかし、その旨の明文規定が存在しないため、契約実務においては、特約により通常損耗・自然損耗が賃借人の負担とされる場合や賃借人の原状回復義務が加重される場合が多い。

特に建物賃貸借契約においては、賃貸期間が長いため通常損耗・自然損耗が発生する場合が多く、しかも原状回復のために工事が必要となって原状回復費用が高額になることが多いため、通常損耗・自然損耗についての原状回復費用を賃借人が負担するとされると賃借人の負担があまりに重くなることから、賃借人を保護すべき必要性が高い。

のみならず、賃借人の通常損耗・自然損耗に係る投下資本の原価の回収は、通常、減価償却費や修繕費等の必要経費分を賃料の中に含ませてその支払いを受けることにより行われている。

そこで、少なくとも賃貸人が事業者、賃借人が消費者である場合の賃貸借契約においては、賃借人を保護するため、強行法規違反として当該特約は無効であることを明文化すべきである（民法消費者規定に関する意見書、民法改正中間試案に対する意見書）。

3 改正試案の提案内容

上記のような観点から、今般の改正試案では、消費者を借主、事業者を貸主とする賃貸借契約について、消費者である賃借人に自然損耗・通常損耗部分の原状回復義務を負わせる条項は無効であること、本規定は強行法規であることを消費者契約法において明文で定めることを提案している。

また、自然損耗と通常損耗とを区別する見解があることから、賃借人はいずれの損耗についても原状回復義務を負わないことを明示している。

なお、今般の提案は、民法において同趣旨の規定を消費者契約に限らない形で規定することに反対する趣旨ではない。

第4節 補則

第28条 他の法律の適用

【条文案】

（他の法律の適用）

第28条 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力については、この法律の規定によるほか、民法及び商法の規定による。

2 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力について民法及び商法以外の法律に別段の定めがあるときは、その定め

るところによる。

【解説】

1 現行法

<第11条（他の法律の適用）>

- 1 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力については、この法律の規定によるほか、民法及び商法の規定による。
- 2 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力について民法及び商法以外の他の法律に別段の定めがあるときは、その定めるところによる。

2 法改正の必要性

現行法第11条第2項は、個別法の規定が当該業種における実情等を考慮して規定されたものであることから、本法と個別法の私法規定が抵触する場合には個別法の私法規定が優先的に適用されることを規定するものである。

もっとも、消費者契約においては、本法の趣旨を後退させる規定が本法に優先して適用されることはならず、本法の規定と個別法の私法規定とが競合した場合の適用関係については、個々の条項ごとに検討し、個別法の規定が優先して適用するに足りる合理性を有する場合に限って、個別法の規定が優先適用されるべきものと考えられる（コンメンタール消費者契約法（第2版）272頁）。

第16次国生審最終報告も、「個別法その他の消費者契約に関する法律の私法規定との具体的な適用関係については、個々の条項ごとにいずれが優先的に適用されるかを検討する必要がある」としていたし、消費者庁逐条解説（第2版）230頁も、本法の規定と個別法の私法規定とが抵触する場合には、「原則として」後者が優先的に適用されるとしているところである。

この点、個別法における消費者契約に関する私法規定について、特に本法制定時に既に存在していた規定については、本法に優先して適用するに足りる合理性の有無の検証がなされているのかは疑問であり、このような状況では、優先適用されるに足りる合理性を有しない規定が本法の規定より優先適用されたり、事案により当該個別法の私法規定と本法の規定のいずれが適用されるのかが異なったりするといった不都合が生じることとなってしまう。

裁判例には、現行法第11条第2項の適用関係に関する考え方については明確に示されていないが、個別法の規定の存在を指摘して、現行法第11条第2項により本法の規定の適用がないと判示するなど（福岡高判平成20年3月28日判時2024号32頁），同項が適用されたものも出てきている。

したがって、現行法第11条第2項について、個別法の私法規定が優先適用されるのは優先適用するに足りる合理性を有する場合のみであることを法文上明確化するなどの改正をすることも考えられるが、そのような改正の要否及び

内容については、個別法の私法規定の今後の検証や見直しの状況及び同項の運用状況等を踏まえる必要があり、引き続き検討すべき課題である。

3 改正試案の提案内容

現行法第11条第1項及び第2項を維持している。

第5節 事業者間契約への準用

第29条 事業者間契約への準用

【条文案】

（事業者間契約への準用）

第29条 事業者間の契約であっても、事業の規模、事業の内容と契約の目的との関連性、契約締結の経緯その他の事情から判断して、一方の事業者の情報の質及び量並びに交渉力が実質的に消費者と同程度である場合には、当該契約においては当該事業者を第2条第1項の消費者とみなし、この法律の規定を準用する。

【解説】

1 現行法

規定なし。

2 法改正の必要性

(1) 現行法第2条第1項及び第2項の定義規定を形式的にあてはめると、個人事業主及び「法人その他の団体」は、全て「消費者」には該当せず、「事業者」に該当することになる。

しかし、それでは、「消費者」から、実態としては何ら消費者と異なるような小規模で零細な個人事業主、そのような個人事業主が法人成りしただけの株式会社などが広く除外され、「事業者」に包含されることになってしまう。また、大学生のスポーツクラブチーム、PTA、マンション管理組合など営業活動の素人が集まっただけの団体は、営利業者との契約関係においては第2条の「消費者」に該当すると解釈するのが合理的と考えるが（東京地判平成23年11月17日判時2150号49頁も同旨）、もしそのような解釈を行わない場合には「事業者」に包含されることになってしまう。

このような、実態としては消費者と異なる「事業者」（以下「消費者的事業者」という。）が、情報・交渉力を有する事業者から、本法に規定されているような不当な勧誘行為を受けて契約締結に至っている場合や、不当な免責条項や過大な違約金条項に基づく主張を受けているような場合、本法の保護を一切及ぼさないと取り扱うことは、情報・交渉力格差に劣る契約弱

者の保護という本法の趣旨にも、社会正義の観点にも反する。

(2) 現実に、現在の我が国では、消火器契約、電話機リース契約、ホームページリース契約等の被害実例など、形式的には消費者保護法の適用がないかのような状況を逆手にとった消費者的事業者の契約被害実例（契約の目的は事業目的に直接関連するものの、なお本法による法的保護の必要性が問題となる契約被害事例）が多数存在しており、かかる被害実例を救済すべき社会的必要性は極めて高い。

裁判例においても、例えば、大阪高判平成15年7月30日兵庫県弁護士会HPは、自動車販売等を業とする会社が締結した消火器薬剤充填整備、点検等作業等の実施契約につき、特定商取引法におけるクーリング・オフ規定の適用の可否が問題となった事案において、特定商取引法の適用を肯定している。

また、大阪地判平成20年8月27日消費者法ニュース77号182頁は、建築設計業等を営む株式会社が締結した電話機リース契約につき、特定商取引法におけるクーリング・オフ規定の適用の可否が問題となった事案において、特定商取引法の適用を肯定している。

さらに、東京地判平成21年4月13日消費者法ニュース80号198頁は、宗教法人が締結したセキュリティシステムを内蔵したパソコン関連商品のリース契約につき、特定商取引法におけるクーリング・オフ規定の適用の可否が問題となった事案において、特定商取引法の適用を肯定している。

加えて、東京地判平成23年11月17日判時2150号49頁は、主要な構成員が大学生である権利能力なき社団への本法の適用の可否が問題となった事案において、権利能力なき社団であっても本法における消費者に該当するとして本法の適用を肯定し、その適用範囲を団体に拡大している。

(3) 上記の裁判例は、形式的には事業者間契約に該当するかのような契約であっても、少なくとも消費者的事業者に対しては、なお消費者保護法の適用対象として保護に値する場合があることを端的に示しているものといえよう。

また、上記の裁判例には、特定商取引法のクーリング・オフ制度を通じて消費者的事業者を救済したものもあるが、契約締結日から時間が経過している場合など、同制度による救済が困難な場合も存在する。

さらに、第2条の「消費者」に該当すると解釈して法適用することが合理的と思われるような営業活動の素人が集まっただけの団体について、そのような解釈がなされず、「事業者」に該当するとして法適用がなされるおそれも存在する。

この点、消費者契約に関する一般的民事ルールであり、かつ、契約当事者間の情報・交渉力格差の是正を図ることを目的とした消費者契約法に、消費者的事業者に消費者保護規定の準用を認める規定を定めることは、極めて有意義かつ合理的と思料する。

3 改正試案の提案内容

今般の改正試案は、上記のような観点から、具体的な事案において、実質的に消費者と同視できる事業者（消費者的事業者）について、本法の消費者保護規定の準用を認める規定の新設を提案するものである。

なお、現行法下でも、具体的な事案において、消費者的事業者に対して本法の消費者保護規定を類推適用ないし準用するという運用は、本法ないし民法の解釈論から十分に可能なところである。しかし、消費者的事業者保護の必要性及び法律関係の明確化という観点からは、かかる類推適用ないし準用が可能な旨の明文規定を立法化することが望ましい。そして、そのような準用規定の立法の在り方（法形式）については、民法典による立法化、消費者契約法による立法化、その他の法令による立法化といった複数の選択肢があり得る。今般の改正提案では、上述のような複数の選択肢のうち、消費者契約法による立法化という在り方を具体的に提示するものである。

第3章 差止請求（略）

第4章 雜則（略）

第5章 罰則（略）

附則（略）

以上

【 略語表 】

- ・消費者契約における不公正条項に関する 1993年4月5日付閣僚理事会指令
1993年EU指令
- ・国民生活審議会消費者政策部会「消費者契約法（仮称）の具体的な内容について」
(1998年（平成10年）1月） 第16次国生審中間報告
- ・国民生活審議会消費者政策部会「消費者契約法（仮称）の制定に向けて」
(1999年（平成11年）1月） 第16次国生審最終報告
- ・日本弁護士連合会「消費者契約法日弁連試案・同解説」
(1999年（平成11年）10月22日） 1999年日弁連試案
- ・国民生活審議会消費者政策部会「消費者契約法（仮称）の立法に当たって」
(1999年（平成11年）12月） 第17次国生審報告
- ・日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編「初版 コンメンタール消費者契約法」
(2001年（平成13年）4月10日） コンメンタール消費者契約法（初版）
- ・「消費者基本計画」
(2005年（平成17年）4月） 「平成17年消費者基本計画」
- ・日本弁護士連合会「消費者契約法の実体法改正に関する意見書」
(2006年（平成18年）12月14日） 2006年日弁連意見書
- ・国民生活審議会消費者政策部会消費者契約法評価検討委員会
「消費者契約法の評価及び論点の検討等について」
(2007年（平成19年）8月） 評価検討委員会報告書
- ・内閣府 平成19年度消費者契約における不当条項研究会
「平成19年度消費者契約における不当条項研究会報告書」
(2008年（平成20年）3月） 平成19年度不当条項研究会報告書
- ・民法（債権法）改正検討委員会編「債権法改正の基本方針」
(2009年（平成21年）5月8日） 債権法改正の基本方針
- ・「消費者基本計画」(2010年（平成22年）3月30日・平成24年7月20日一部改定)
「平成22年消費者基本計画」
- ・日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編「第2版 コンメンタール消費者契約法」
(2010年（平成22年）3月31日） コンメンタール消費者契約法（第2版）
- ・消費者庁企画課「逐条解説消費者契約法（第2版）」
(2010年（平成22年）5月） 消費者庁逐条解説（第2版）
- ・法務省「民法（債権関係）改正に関する中間的な論点整理」
(2011年（平成23年）4月12日） 民法改正中間論点整理
- ・日本弁護士連合会「民法（債権関係）の改正に関する中間的な論点整理に対する意見」
(2011年（平成23年）9月15日） 民法改正中間論点整理に対する意見書

- ・日本弁護士連合会「消費者契約法日弁連改正試案」
(2012年(平成24年)2月16日) 2012年日弁連試案
- ・消費者庁「平成23年度消費者契約法(実体法部分)の運用状況に関する調査結果報告」
(2012年(平成24年)6月) 消費者庁運用状況調査報告
- ・日本弁護士連合会「民法(債権関係)の改正に関する意見書(その4) 消費者に関する規定部分」
(2012年(平成24年)10月23日) 民法消費者規定に関する意見書
- ・法務省「民法(債権関係)改正に関する中間試案」
(2013年(平成25年)2月26日) 民法改正中間試案
- ・日本弁護士連合会「『民法(債権関係)の改正に関する中間試案』に対する意見」
(2013年(平成25年)6月20日) 民法改正中間試案に対する意見書
- ・内閣府消費者委員会「消費者契約法に関する調査作業チーム』論点整理の報告」
(2013年(平成25年)8月26日) 内閣府調査作業チーム報告
- ・日本弁護士連合会「2014年版消費者契約法日弁連改正試案」
(2014年(平成26年)7月) 今般の改正試案
- ・判例時報 判時
- ・判例タイムス 判夕
- ・金融・商事判例 金判

【 現行の消費者契約法と消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）の条文対照表 】

現行の消費者契約法	消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）
（目的） 第1条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができることとともに、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とするほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることにより、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。	（目的） 第1条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができること、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とすること等のほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることにより、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。
（定義） 第2条 この法律において「消費者」とは、個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）をいう。 2 この法律（第43条第2項第2号を除く。）において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう。 3 この法律において「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう。 4（省略）	（定義） 第2条 この法律において「消費者」とは、個人（事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人を除く。）をいう。 2 この法律（第43条第2項第2号を除く。）において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人をいう。 3 この法律において「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう。 4（省略）
（事業者及び消費者の努力） 第3条 事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。	（情報提供義務・説明義務） 第3条 事業者は、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、消費者に対し、当該契約に関する事項であって、次の各号に掲げるものについて、その情報を提供し、説明しなければならない。 一 当該消費者契約を締結するか否かについて消費者の判断に通常影響を及ぼすべきもの 二 当該消費者契約を締結するか否かについて当該消費者の判断に特に影響を及ぼすもの（当該消費者の当該判断に特に影響を及ぼすものであることを当該事業者が当該消費者契約時に知り、又は知ることができる場合に限る。） 2 前項の場合には、事業者は、消費者が通常理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明をしなければならない。

現 行 法	改正試案
<p>2 消費者は、消費者契約を締結するに際しては、事業者から提供された情報を活用し、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について理解するよう努めるものとする。</p> <p>(消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し)</p> <p>第4条</p> <p>消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。</p> <ul style="list-style-type: none"> 一 重要事項について事実と異なることを告げること。 当該告げられた内容が事実であるとの誤認 二 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に關し、将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項につき断定的判断を提供すること。 <p>当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認</p> <p>2 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に關連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実（当該告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を故意に告げなかつたことにより、当該事実が存在しないとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。ただし、当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず、当該消費者がこれを拒んだときは、この限りでない。</p>	<p>ただし、当該消費者が理解することが困難であると認められる事情があり、かつ、当該事業者が当該消費者契約締結時に当該事情を知り、又は知ることができると場合には、当該事業者は、当該消費者が理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明しなければならない。</p> <p>（削除）</p> <p>（誤認惹起行為）</p> <p>第4条</p> <p>消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち又は締結の際に、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。</p> <ul style="list-style-type: none"> 一 重要事項について事実と異なることを告げること。当該告げられた内容が真実であるとの誤認 二 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に關し、不確実な事項につき断定的判断を提供すること。当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認 <p>2 消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に關連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事項（当該告知により当該事項が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を告げなかつたことにより、当該事項が存在しないとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。ただし、当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず、当該消費者がこれを拒んだときは、この限りでない。</p>

現 行 法	改正試案
<p>4 第1項第1号及び第2項の「重要事項」とは、消費者契約に係る次に掲げる事項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をいう。</p> <ul style="list-style-type: none"> 一 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 二 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対価その他の取引条件 <p>5 第1項から第3項までの規定による消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは、これをもって善意の第三者に対抗することができない。</p> <p>第4条</p> <p>3 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。</p> <ul style="list-style-type: none"> 一 当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又はその業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。 二 当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。 <p>5 第1項から第3項までの規定による消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは、これをもって善意の第三者に対抗することができない。</p> <p>(新設)</p>	<p>3 第1項第1号及び前項の「重要事項」とは、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をいう。</p> <p>4 第1項及び第2項の規定による消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは、これをもって善意で、かつ、過失がない第三者に対抗することができない。</p> <p>(困惑惹起行為)</p> <p>第5条</p> <p>消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。</p> <ul style="list-style-type: none"> 一 当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又は業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。 二 当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。 <p>三 当該事業者が、当該消費者に対して、威迫する言動、不安にさせる言動、迷惑を覚えさせるような仕方その他心理的な負担を与える方法で勧誘すること。</p> <p>2 前条第4項の規定は前項の場合に準用する。</p> <p>(つけ込み型不当勧誘)</p> <p>第6条</p> <p>消費者は、事業者が、当該消費者の困窮、経験の不足、知識の不足、判断力の不足その他の当該消費者が消費者契約を締結するかどう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不当に利用して、当該消費者に消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をさせたときは、これを取り消すことができる。</p> <p>2 第4条第4項の規定は前項の場合に準用する。</p>

現 行 法	改正試案
<p>(新設)</p>	<p>(不当勧誘行為と損害賠償義務)</p> <p>第7条</p> <p>事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を侵害する勧誘行為(以下「不当勧誘行為」という。)を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りではない。</p> <p>一 第3条第1項又は第3条第2項の規定に反する行為を行うこと。</p> <p>二 当該消費者契約の締結の勧誘の要請をしていない消費者に対し、訪問、電話、ファクシミリ装置を用いた送信又は電子メール等の送信により、当該消費者契約の締結について勧誘すること。</p> <p>三 当該消費者契約を締結しない旨の意思を表示した消費者に対し、当該消費者契約の締結について勧誘すること。</p> <p>四 当該消費者の契約締結の目的、当該契約の必要性、知識、経験、理解力、財産の状況等に照らして不適当な契約を勧誘する行為</p> <p>五 第4条第1項、第4条第2項、第5条第1項又は第6条第1項に該当する行為を行うこと。</p>
<p>(新設)</p>	<p>(消費者公序)</p> <p>第8条</p> <p>消費者契約が公の秩序又は善良の風俗に反するか否かを判断するに当たっては、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差の存在、当該消費者契約の目的及び内容並びに締結に至る経緯その他一切の事情を考慮するものとする。</p> <p>2 事業者に過大な利益を得させ、又は、消費者に過大な不利益を与える法律行為が、当該事業者が当該消費者に対して不当勧誘行為を行ったことによってなされたものであるときは、公の秩序又は善良の風俗に反し無効とする。</p>

現 行 法	改正試案
<p>(媒介の委託を受けた第三者及び代理人) 第5条</p> <p>1 前条の規定は、事業者が第三者に対し、当該事業者と消費者との間における消費者契約の締結について媒介をすることの委託（以下この項において単に「委託」という。）をし、当該委託を受けた第三者（その第三者から委託（二以上の段階にわたる委託を含む。）を受けた者を含む。以下「受託者等」という。）が消費者に対して同条第1項から第3項までに規定する行為をした場合について準用する。この場合において、同条第2項ただし書中「当該事業者」とあるのは、「当該事業者又は次条第1項に規定する受託者等」と読み替えるものとする。</p> <p>2 消費者契約の締結に係る消費者の代理人（復代理人（二以上の段階にわたり復代理人として選任された者を含む。）を含む。以下同じ。）、事業者の代理人及び受託者等の代理人は、前条第1項から第3項まで（前項において準用する場合を含む。次条及び第7条において同じ。）の規定の適用については、それぞれ消費者、事業者及び受託者等とみなす。</p>	<p>(媒介の委託を受けた第三者及び代理人) 第9条</p> <p>第4条から第6条までの規定及び民法（明治29年法律第89号）第96条第1項の規定のうち詐欺による意思表示の取消しの規定は、事業者が第三者に対し、当該事業者と消費者との間における消費者契約の締結について媒介をすることの委託（以下この項において単に「委託」という。）をし、当該委託を受けた第三者（その第三者から委託を受けた者（二以上の段階にわたる委託を受けた者を含む。）を含む。次項において「受託者等」という。）が消費者に対して第4条から第6条までに規定する行為及び民法第96条第1項に規定する詐欺行為をした場合について準用する。</p> <p>2 消費者契約の締結に係る消費者の代理人（復代理人（二以上の段階にわたり復代理人として選任された者を含む。）を含む。以下同じ。）、事業者の代理人及び受託者等の代理人は第4条から第6条までの規定及び民法第96条第1項（前項において準用する場合を含む。次条及び第11条において同じ。）の適用については、それぞれ消費者、事業者及び受託者等とみなす。</p> <p>3 第4条から第6条までの規定及び民法第96条第1項の規定のうち詐欺による意思表示の取消しの規定は、第三者が消費者に対して第4条から第6条までに規定する行為又は民法第96条第1項に規定する詐欺行為を行い、当該消費者が当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をした場合において、当該第三者が第4条から第6条までに規定する行為又は民法第96条第1項に規定する詐欺行為をしたことを当該事業者が知っていたとき又は知ることができたときについて準用する。</p>
<p>(解釈規定) 第6条</p> <p>第4条第1項から第3項までの規定は、これらの項に規定する消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示に対する民法（明治29年法律第89号）第96条の規定の適用を妨げるものと解してはならない。</p>	<p>(解釈規定) 第10条</p> <p>第4条から第6条までの規定は、これらに規定する消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示に対する民法第96条の規定の適用を妨げるものと解してはならない。</p>

現 行 法	改正試案
<p>(取消権の行使期間等)</p> <p>第7条 第4条第1項から第3項までの規定による取消権は、追認をすることができる時から6箇月間行わないときは、時効によって消滅する。当該消費者契約の締結の時から5年を経過したときも、同様とする。</p> <p>2 会社法(平成17年法律第86号)その他の法律により詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができないものとされている株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出が消費者契約としてされた場合には、当該株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出に係る意思表示については、第4条第1項から第3項まで(第5条第1項において準用する場合を含む。)の規定によりその取消しをすることができない。</p>	<p>(取消権の行使期間等)</p> <p>第11条 この法律の規定による取消権は、取消しの原因となっていた状況(心理的な影響を含む。)が消滅した時から3年間これを行使しないときは、時効によって消滅する。当該消費者契約の締結の時から10年を経過したときも、同様とする。</p> <p>2 会社法(平成17年法律第86号)その他の法律により詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができないものとされている株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出が消費者契約としてされた場合には、当該株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出に係る意思表示については、第4条第1項及び第2項、第5条第1項並びに第6条第1項(第9条各項において準用する場合を含む。)の規定によりその取消しをすることができない。</p>
<p>(新設)</p>	<p>(追認及び法定追認の排除)</p> <p>第12条 民法第122条から第125条までの規定は、この法律の規定による意思表示の取消しについては適用しない。</p>
<p>(新設)</p>	<p>(消費者契約約款)</p> <p>第13条 この法律において、「消費者契約約款」とは名称や形態のいかんを問わず、事業者が多数の消費者契約に用いるためにあらかじめ定式化した契約条項の総体をいう。</p> <p>2 消費者契約約款は、事業者が契約締結時までに消費者にその消費者契約約款を提示して(以下「開示」という。)、当事者の双方がその消費者契約約款を当該消費者契約に用いることに合意したときは、当該消費者契約の内容となる。</p> <p>3 消費者契約の性質上、契約締結時までに消費者契約約款を開示することが著しく困難な場合において、事業者が、消費者に対し契約締結時に消費者契約約款を用いる旨の表示をしがつ、契約締結時までに、消費者契約約款を消費者が知ることができる状態に置いたときは、当該消費者契約約款は当該契約締結時に開示されたものとみなす。</p>

現 行 法	改正試案
(新設)	<p>4 消費者契約の類型及び交渉の経緯等に照らし,消費者にとって予測することができない消費者契約約款の条項は契約の内容とならない。</p> <p>5 消費者契約約款が第2項又は第3項の規定によって消費者契約の内容となっている場合において,次の各号に掲げる要件の全てを満たす場合には,事業者は,消費者の個別の同意を得ることなく,契約内容の変更をすることができる。</p> <p>一 当該消費者契約約款の内容を画一的に変更すべき合理的な必要性があること。</p> <p>二 当該消費者契約約款を使用した消費者契約が現に多数あり,全ての消費者から契約内容の変更についての同意を得ることが著しく困難であること。</p> <p>三 第一号の必要性に照らして,当該消費者契約約款の変更の内容が合理的であり,かつ,変更の範囲及び程度が相当なものであること。</p> <p>四 当該消費者契約約款の変更の内容が消費者に不利益なものである場合にあっては,その不利益の程度に応じて適切な措置が講じられていること。</p> <p>6 前項の消費者契約約款の変更は,事業者が,消費者に対し,約款を変更する旨及び変更後の約款の内容を約款変更時までに提示することにより効力を生ずるものとする。ただし,契約の性質上,変更後の約款を提示することが困難な場合にあっては,事業者が,消費者において変更後の約款を容易に知ることができる状態に置き,かつ,変更後の約款を知るための方法を消費者に通知することにより,効力を生ずるものとする。</p>
(事業者及び消費者の努力)	<p>(契約条項の明確化・平易化)</p> <p>第14条 事業者は,消費者契約の条項を定めるにあたっては,消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について明確かつ平易な表現を用いなければならない。</p> <p>(契約条項の解釈準則)</p> <p>第15条 消費者契約の条項が不明確であるため,その条項につき複数の解釈が可能である場合は,消費者にとって最も有利に解釈しなければならない。</p>

現 行 法	改 正 試 案
<p>(消費者の利益を一方的に害する条項の無効)</p> <p>第10条</p> <p>民法、商法(明治32年法律第48号)その他の法律の公の秩序に關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、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は、無効とする。</p>	<p>(不当条項の効力に関する一般規定)</p> <p>第16条</p> <p>消費者契約の条項であって、当該条項が存在しない場合と比較して、消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害するもの(以下「不当条項」という。)は無効とする。</p> <p>2 消費者契約の条項が消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害しているかどうかの判断にあたっては、当該契約条項の目的及び内容、当該契約の性質及び契約全体の趣旨、同種の契約に関する任意規定が存在する場合にはその内容等を総合考慮して、消費者契約法の目的に照らし判断する。</p>
<p>(事業者の損害賠償の責任を免除する条項の無効)</p> <p>第8条</p> <p>次に掲げる消費者契約の条項は、無効とする。</p> <ul style="list-style-type: none"> 一 事業者の債務不履行により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除する条項 二 事業者の債務不履行(当該事業者、その代表者又はその使用者の故意又は重大な過失によるものに限る。)により消費者に生じた損害を賠償する責任の一部を免除する条項 三 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた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を免除する条項 四 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為(当該事業者、その代表者又はその使用者の故意又は重大な過失によるものに限る。)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一部を免除する条項 五 消費者契約が有償契約である場合において、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるとき(当該消費者契約が請負契約である場合には、当該消費者契約の仕事の目的物に瑕疵があるとき。次項において同じ。)に、当該瑕疵により消費者に生じた損害を賠償する事業者の責任の全部を免除する条項 <p>2 前項第5号に掲げる条項については、次に掲げる場合に該当するときは、同項の規定は、適用しない。</p> <ul style="list-style-type: none"> 一 当該消費者契約において、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに、当該事業者が瑕疵のない物をもってこれに代える責任又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合 	<p>(不当条項とみなす条項)</p> <p>第17条</p> <p>次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項とみなす。</p> <ul style="list-style-type: none"> 一 事業者の債務不履行により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除する条項 二 事業者の債務不履行(当該事業者、その代表者又はその使用者の故意又は重大な過失によるものに限る。)により消費者に生じた損害を賠償する責任の一部を免除する条項 三 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた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を免除する条項 四 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為(当該事業者、その代表者又はその使用者の故意又は重大な過失によるものに限る。)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一部を免除する条項 五 消費者契約が有償契約である場合において、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるとき(当該消費者契約が請負契約である場合には、当該消費者契約の仕事の目的物に瑕疵があるとき。以下同じ。)に、当該瑕疵により消費者に生じた損害を賠償する事業者の責任の全部を免除する条項。ただし、次に掲げる場合を除く。 <p>イ 当該消費者契約において、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに、当該事業者が瑕疵のない物をもってこれに代える責任又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で、当該責任に基づく義務が履行された場合</p>

現 行 法	改正試案
<p>二 当該消費者と当該事業者の委託を受けた他の事業者との間の契約又は当該事業者と他の事業者との間の当該消費者のためにする契約で,当該消費者契約の締結に先立って又はこれと同時に締結されたものにおいて,当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに,当該他の事業者が,当該瑕疵により当該消費者に生じた損害を賠償する責任の全部若しくは一部を負い,瑕疵のない物をもってこれに代える責任を負い,又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合</p> <p>(消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等の無効)</p> <p>第9条 次の各号に掲げる消費者契約の条項は,当該各号に定める部分について,無効とする。</p> <p>一 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し,又は違約金を定める条項であって,これらを合算した額が,当該条項において設定された解除の事由,時期等の区分に応じ,当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えるもの 当該超える部分</p> <p>二 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日(支払回数が二以上である場合には,それぞれの支払期日。以下この号において同じ。)までに支払わない場合における損害賠償の額を予定し,又は違約金を定める条項であって,これらを合算した額が,支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について,その日数に応じ,当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控除した額に年14.6パーセントの割合を乗じて計算した額を超えるもの 当該超える部分</p> <p>(新設)</p> <p>(新設)</p> <p>(新設)</p> <p>(新設)</p>	<p>□ 当該消費者と当該事業者の委託を受けた他の事業者との間の契約又は当該事業者と他の事業者との間の当該消費者のためにする契約で,当該消費者契約の締結に先立って又はこれと同時に締結されたものにおいて,当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに,当該他の事業者が,当該瑕疵により当該消費者に生じた損害を賠償する責任の全部若しくは一部を負い,瑕疵のない物をもってこれに代える責任を負い,又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で,当該責任に基づく義務が履行された場合</p> <p>六 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し,又は違約金を定める条項。ただし,これらを合算した額が,当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えない部分を除く。</p> <p>七 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日(支払回数が二以上である場合には,それぞれの支払期日。以下この号において同じ。)までに支払わない場合における損害賠償の額を予定し,又は違約金を定める条項であって,これらを合算した額が,支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について,その日数に応じ,当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控除した額に民法が定める法定利率の2倍の割合を乗じて計算した額を超えるものについて,当該超える部分。</p> <p>八 契約文言の解釈,事業者の消費者に対する権利の発生若しくは行使の要件に関する判断,又は事業者が消費者に対して負担する責任若しくは責任免除に関する判断について事業者のみが行うものとする条項</p> <p>九 法令に基づく消費者の解除権を認めない条項</p> <p>十〇 事業者が消費者に対して役務の提供を約する契約において,当該消費者の事前の同意なく,事業者が第三者に当該契約上の地位を承継させができるものとする条項</p> <p>十一 事業者が契約上,消費者に対して有する債権を第三者に譲渡する場合に,消費者があらかじめ異議を留めない承諾をするものとする条項</p> <p>十二 事業者が任意に債務を履行しないことを許容する条項</p>

現 行 法	改正試案
(新設)	<p>十三 民法その他の法令の規定により無効とされることがない限りという旨の文言を付記して,最大限に事業者の権利を拡張し又は事業者の義務を減免することを定める条項</p>
(新設)	<p>第18条(不当条項と推定する条項) 次に掲げる消費者契約の条項は,不当条項と推定する。</p> <p>一 消費者の一定の作為又は不作為により,消費 者の意思表示がなされたもの又はなされなか ったものとみなす条項</p>
(新設)	<p>二 一定の事実があるときは,事業者の意思表示 が消費者に到達したものとみなす条項</p>
(新設)	<p>三 事業者に対し,契約上の給付内容又は契約条 件を一方的に決定又は変更する権限を付与す る条項</p>
(新設)	<p>四 消費者が事業者からの一方的な追加担保の 要求に応じなければならないとする条項</p>
(新設)	<p>五 事業者の保証人に対する担保保存義務を免 除する条項</p>
(新設)	<p>六 消費者の利益のために定められた期限の 利益を喪失させる事由(民法第137条各号 に掲げる事由その他消費者に信用不安が生 じたと客観的に認められるような事由を除 く。)を定めた条項</p>
(新設)	<p>七 事業者の消費者に対する消費者契約上の 債務の履行責任その他法令上の責任を制限 する条項(第17条第1号から第5号までの 規定に該当する場合を除く。)</p>
(新設)	<p>八 事業者が契約の締結又は債務の履行のた めに使用する第三者の行為について事業者 の責任を制限し又は免除する条項(第17条 第1号から第5号までの規定に該当する場 合を除く。)</p>
(新設)	<p>九 消費者の権利行使又は意思表示について,事 業者の同意,対価の支払,その他要式又は要件 を付加する条項</p>
(新設)	<p>十〇 消費者契約が終了した場合における事業 者の消費者に対する原状回復義務,清算義務を 減免する条項</p>
(新設)	<p>十一 消費者に債務不履行があった場合に,事業 者に通常生ずべき損害の金額を超える損害賠 償の予定又は違約金を定める条項</p>
(新設)	<p>十二 民法第295条,第505条又は第533 条に基づく消费者的権利を制限する条項。ただ し,民法その他の法令の規定により制限される 場合を除く。</p>
(新設)	

現 行 法	改正試案
(新設)	<p>十三 法令に基づく消費者の解除権を制限する条項</p> <p>十四 期間の定めのない継続的な消費者契約において、事業者に対し、解約申し入れにより直ちに消費者契約を終了させる権限を付与する条項</p>
(新設)	<p>十五 事業者の証明責任を軽減し、又は消費者の証明責任を加重する条項</p> <p>十六 管轄裁判所を事業者の住所地又は営業所所在地に限定する条項、法律上の管轄と異なる裁判所を専属管轄とする条項その他消費者の裁判を受ける権利を制限する条項</p>
(新設)	<p>十七 他の法形式を利用して、この法律又は公の秩序若しくは良俗に関する法令の規定の適用を回避する条項</p>
	<p>(不当条項の効果)</p> <p>第19条</p> <p>不当条項に該当する消費者契約の条項は、当該条項全体を無効とする。ただし、この法律その他の法令に特別の定めがある場合又は当該条項全体を無効とすることが消費者の利益に反することとなる場合は、この限りではない。</p> <p>2 前項の場合においても、当該消費者契約の他の条項は効力を妨げられない。ただし、当該条項が無効であった場合には当該消費者が当該消費者契約を締結しなかったものと認められる場合、当該消費者契約は無効とする。</p>
(新設)	<p>(不当条項使用行為と損害賠償義務)</p> <p>第20条</p> <p>事業者が、不当条項を含む消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を行ったことによって消費者の権利又は利益を侵害した場合には、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りでない。</p>
(新設)	<p>(消費者契約の取消し及び無効の効果)</p> <p>第21条</p> <p>この法律の規定により消費者契約が取り消され、又は無効となる場合は、消費者は、その契約によって現に利益を受けている限度において、返還の義務を負う。</p> <p>2 前項の場合において、事業者が行った行為の態様、消費者が受けた不利益の内容及び程度、当該消費者契約の性質及び内容等を総合考慮して信義誠実の原則に反すると認められるときには、当該事業者は、当該消費者に対し、利益の全部又は一部について返還を請求することができない。</p>

現 行 法	改正試案
(新設)	<p>(複数契約の取消し、無効及び解除)</p> <p>第22条</p> <p>一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が存在するだけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の取消原因又は無効原因に基づき、複数の消費者契約全部の取消し又は無効を主張することができる。</p> <p>2 一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が履行されただけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の解除原因に基づき、複数の消費者契約全部の解除を主張することができる。</p>
(新設)	<p>(継続的契約の中途解約権)</p> <p>第23条</p> <p>消費者は、次の各号に該当する消費者契約を、事業者に対し相当な期間を定めて通知することによって、将来に向かって解約することができる。</p> <p>一 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供し、消費者がこれを受領する契約</p> <p>二 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供する権利を販売し、消費者が当該権利を購入する契約</p> <p>三 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して物品等を販売し、消費者が当該物品等を購入する契約</p> <p>四 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり物品を貸貸し、消費者が当該物品を借り受ける契約</p>

現 行 法	改正試案
(新設)	<p>2 事業者は,前項の規定による中途解約がされた場合,消費者に対し,その名目を問わず,解約手続に必要な事務手数料及び契約期間1か月分の対価(当該消費者契約の性格に照らして合理的に考えられる最小区分の契約期間が1か月未満の場合には,その最小区分の契約期間の対価とする。)を上回る金銭の支払を請求することはできない。</p> <p>3 第1項に規定する中途解約権を認めない消費者契約の条項は不当条項とみなす。</p> <p>4 第1項に規定する中途解約権を制限する消費者契約の条項及び中途解約時に第2項に規定する金額を上回る金銭の支払を定める消費者契約の条項は,不当条項と推定する。</p> <p>(目的物交付前解除権)</p> <p>第24条</p> <p>消費貸借契約の貸主が事業者であり,借主が消費者である場合には,借主は,消費貸借の目的物の交付を受けるまでは,契約の解除をすることができる。</p> <p>2 貸主は,前項の規定による解除がなされた場合,消費者である借主に対し,これに基づく損害賠償請求をすることができない。</p> <p>3 前2項の規定に反する消費者契約の条項は不当条項と推定する。</p> <p>(期限前弁済)</p> <p>第25条</p> <p>貸主が事業者で借主が消費者である消費貸借契約においては,当事者が返還の時期を定めた場合であっても,借主はいつでも返還をすることができる。</p> <p>2 前項の規定により,借主から返還時期の前に返還がなされた場合であっても,貸主は借主に対し,これに基づく損害賠償請求をすることができない。</p> <p>3 前2項の規定に反する消費者契約の条項は不当条項と推定する。</p>
(新設)	

現 行 法	改正試案
(新設)	<p>(抗弁権の接続)</p> <p>第26条 消費者が事業者との間で有償の契約を締結するに伴い,当該消費者がその対価の全部又は一部の支払いに充てるため,当該事業者とは異なる事業者(以下「貸主」という。)との間で金銭消費貸借契約を締結する場合であって,当該有償契約と当該金銭消費貸借契約の目的及び締結の過程に牽連性が認められるときは,当該消費者は,当該有償契約において事業者に対して生じている事由をもって貸主に対する債務の弁済を拒むことができる。</p> <p>2 前項の規定に反する消費者契約の条項は無効とする。</p> <p>3 前2項の規定は,金銭消費貸借契約と実質的に同一の機能を有する与信契約に準用する。</p>
(新設)	<p>(賃貸借契約における原状回復義務を加重する条項の無効)</p> <p>第27条 賃借人が消費者で賃貸人が事業者である賃貸借契約において,賃貸借契約の終了に伴う目的物の返還に際して,自然損耗又は通常損耗によって目的物に生じた変化について消費者に補修義務を負わせる契約条項は,無効とする。</p>
(他の法律の適用)	<p>(他の法律の適用)</p> <p>第28条 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力については,この法律の規定によるほか,民法及び商法の規定による。</p> <p>2 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力について民法及び商法以外の他の法律に別段の定めがあるときは,その定めるところによる。</p>
(新設)	<p>(事業者間契約への準用)</p> <p>第29条 事業者間の契約であっても,事業の規模,事業の内容と契約の目的との関連性,契約締結の経緯その他の事情から判断して,一方の事業者の情報の質及び量並びに交渉力が実質的に消費者と同程度である場合には,当該契約においては当該事業者を第2条第1項の消費者とみなし,この法律の規定を準用する。</p>

消費者契約法日弁連改正試案（2012年版）及び民法（債権関係）改正問題に関する日弁連意見書と、
消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）との条文対照表

2012年改正試案・民法改正意見書	2014年改正試案
第1章 総則	第1章 総則
(目的) 第1条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差にかんがみ、消費者の利益を不当に害する事業者の行為により消費者が契約の申込み又はその承諾の意思表示をした場合についてその意思表示を取り消すことができることとともに、消費者の利益を不当に害する契約条項を無効とすること等のほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることにより、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。	(目的) 第1条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができること、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とすること等のほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることにより、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。
(定義) 第2条 この法律において「消費者」とは、個人（事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人を除く。）をいう。 2 この法律（第43条第2項第2号を除く。）において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人をいう。 3 この法律において「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう。 4 この法律において「適格消費者団体」とは、不特定かつ多数の消費者の利益のためにこの法律の規定による差止請求権を行使するのに必要な適格性を有する法人である消費者団体（消費者基本法（昭和43年法律第78号）第8条の消費者団体をいう。以下同じ。）として第13条の定めるところにより内閣総理大臣の認定を受けた者をいう。	(定義) 第2条 この法律において「消費者」とは、個人（事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人を除く。）をいう。 2 この法律（第43条第2項第2号を除く。）において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業に直接関連する取引をするために契約の当事者となる場合における個人をいう。 3 この法律において「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう。 4 この法律において「適格消費者団体」とは、不特定かつ多数の消費者の利益のためにこの法律の規定による差止請求権を行使するのに必要な適格性を有する法人である消費者団体（消費者基本法（昭和43年法律第78号）第8条の消費者団体をいう。以下同じ。）として第13条の定めるところにより内閣総理大臣の認定を受けた者をいう。
第2章 消費者契約 第1節 契約の成立 (事業者の情報提供義務) 第3条 事業者は、消費者契約の締結に先立ち、消費者に対し、消費者が理解することができる方法で重要事項について情報を提供しなければならない。	第2章 消費者契約 第1節 契約の成立 (情報提供義務・説明義務) 第3条 事業者は、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、消費者に対し、当該契約に関する事項であって、次の各号に掲げるものについて、その情報を提供し、説明しなければならない。 — 当該消費者契約を締結するか否かに関する消費者の判断に通常影響を及ぼすべきもの

	<p>二 当該消費者契約を締結するか否かに関する当該消費者の判断に特に影響を及ぼすものの（当該消費者の当該判断に特に影響を及ぼすものであることを当該事業者が当該消費者契約締結時に知り、又は知ることができる場合に限る。）</p> <p>2 前項の場合には、事業者は、消費者が通常理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明をしなければならない。ただし、当該消費者が理解することが困難であると認められる事情があり、かつ、当該事業者が当該消費者契約締結時に当該事情を知り、又は知ることができる場合には、当該事業者は、当該消費者が理解することができる方法及び程度で、情報を提供し、説明しなければならない。</p> <p>(誤認惹起行為)</p> <p>第4条 消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち又は締結の際に、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。</p> <p>一 重要事項について消費者が理解することができる方法で情報提供を行わなかったこと。</p> <p>二 重要事項について事実と異なること（主観的評価を含む）を告げること。</p> <p>三 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に關し、不確実な事項につき断定的判断を提供すること。</p> <p>四 重要事項又は当該重要事項に關連する事項について当該消費者の利益となる旨（主観的評価を含む）を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となること（主観的評価を含む。当該告知により当該不利益となることが存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を告げなかったことにより、当該事項が存在しないとの誤認をし、それによつて当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。ただし、当該事業者が当該消費者に對し当該事実を告げようとしたにもかかわらず</p>
--	---

	<p><u>ず、当該消費者がこれを拒んだときは、この限りでない。</u></p> <p>2 本法における「重要事項」とは、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（不確実な事項を含む）をいう。</p> <p>3 第1項各号の規定による消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは、これをもって善意の第三者に対抗することができない。</p> <p>五 当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又は業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。</p> <p>六 当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。</p> <p>七 当該消費者を威迫すること。</p> <p>八 当該消費者の私生活又は業務の平穏を害すること。</p> <p>九 当該消費者に心理的な負担を与えること。</p> <p>十 当該消費者の知識が不足していること、加齢、疾病、恋愛感情、急迫した状態等によって判断力が不足していることを知っていた又は知り得べき場合であって当該消費者に対し勧誘を行うべきでないにもかかわらず勧誘を行うこと。</p> <p>（損害賠償請求権）</p> <p>第18条 事業者が不当勧誘行為を行ったとき、又は不当条項を使用したときは、消費者は、事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。</p>	<p>3 第1項第1号及び前項の「重要事項」とは、<u>消費者の</u>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。</p> <p>4 第1項及び第2項の規定による消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは、これをもって善意で、かつ、過失がない第三者に対抗することができない。</p> <p><u>（困惑惹起行為）</u></p> <p>第5条 消費者は、事業者が消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。</p> <p>一 当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又は業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。</p> <p>二 当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。</p> <p>三 当該事業者が、当該消費者に対して、威迫する言動、不安にさせる言動、迷惑を覚えさせるような仕方その他心理的な負担を与える方法で勧誘すること。</p> <p>2 前条第4項の規定は前項の場合に準用する。</p> <p><u>（つけ込み型不当勧誘）</u></p> <p>第6条 消費者は、事業者が、当該消費者の困窮、経験の不足、知識の不足、判断力の不足その他の当該消費者が消費者契約を締結するかどう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不当に利用して、当該消費者に消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をさせたときは、これを取り消すことができる。</p> <p>2 第4条第4項の規定は前条の場合に準用する。</p> <p><u>（不当勧誘行為と損害賠償義務）</u></p> <p>第7条 事業者が、消費者契約の締結に先立ち、又は締結の際に、次の各号に掲げる行為その他の消費者の権利又は利益を不当に侵害する勧誘行為（以下「不当勧誘行為」という。）を行った場合、当該消費者は、当該事業者に対</p>
--	---	---

	<p>し，これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし，当該事業者に故意又は過失がない場合には，この限りではない。</p> <p>一 第3条第1項又は第3条第2項の規定に反する行為を行うこと。</p>
<p>十一 あらかじめ当該消費者の要請がないにもかかわらず，当該消費者を訪問し，若しくは当該消費者に対して電話をかけ，ファクシミリ装置を用いて送信し，又は電子メールを送信すること。</p>	<p>二 当該消費者契約の締結の勧誘の要請をしていない消費者に対し，訪問，電話，ファクシミリ装置を用いた送信又は電子メール等の送信により，当該消費者契約の締結について勧誘すること。</p>
<p>(新設)</p>	<p>三 当該消費者契約を締結しない旨の意思を表示した消費者に対し，当該消費者契約の締結について勧誘すること。</p>
<p>十二 当該消費者の知識，経験，理解力，契約締結の目的，契約締結の必要性及び財産の状況に照らして不適当な勧誘を行うこと。</p>	<p>四 当該消費者の契約締結の目的，当該契約の必要性，知識，経験，理解力，財産の状況等に照らして不適当な契約を勧誘する行為</p>
<p>十三 消費者の利益を不当に害する行為を行うこと。</p>	<p>五 第4条第1項，第4条第2項，第5条第1項又は第6条第1項に該当する行為を行うこと</p>
	<p>(消費者公序)</p>
<p>(新設)</p>	<p>第8条</p>
	<p>消費者契約が公の秩序又は善良の風俗に反するか否かを判断するに当たっては，消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差の存在，当該消費者契約の目的及び内容並びに締結に至る経緯その他一切の事情を考慮するものとする。</p>
	<p>2 事業者に過大な利益を得させ，又は，消費者に過大な不利益を与える法律行為が，当該事業者が当該消費者に対して不当勧誘行為を行ったことによってなされたものであるときは，公の秩序又は善良の風俗に反し無効とする。</p>
<p>(媒介の委託を受けた第三者及び代理人)</p> <p>第5条</p>	<p>(媒介の委託を受けた第三者及び代理人)</p>
<p>前条第1項各号の規定及び民法（明治29年法律第89号）第96条第1項の規定のうち詐欺による意思表示の取消しの規定は，事業者が第三者に対し，当該事業者と消費者との間における消費者契約の締結について媒介をすることの委託（以下この項において単に「委託」という。）をし，当該委託を受けた第三者（その第三者から委託を受けた者（二以上の段階にわたる委託を受けた者を含む。）を含む。次項において「受託者等」という。）が消費者に対して前条第1項各号に規定する行為及び民法第96条第1項に規定する詐欺行為をした場合について準用する。</p>	<p>第4条から第6条までの規定及び民法（明治29年法律第89号）第96条第1項の規定のうち詐欺による意思表示の取消しの規定は，事業者が第三者に対し，当該事業者と消費者との間における消費者契約の締結について媒介をすることの委託（以下この項において単に「委託」という。）をし，当該委託を受けた第三者（その第三者から委託を受けた者（二以上の段階にわたる委託を受けた者を含む。）を含む。次項において「受託者等」という。）が消費者に対して第4条から第6条までに規定する行為及び民法第96条第1項に規定する詐欺行為をした場合について準用する。</p>

<p>2 消費者契約の締結に係る消費者の代理人（復代理人（二以上の段階にわたり復代理人として選任された者を含む）を含む。以下同じ。），事業者の代理人及び受託者等の代理人は、前条第1項各号及び民法第96条第1項（前項において準用する場合を含む。次条及び第7条において同じ。）の各規定の適用については、それぞれ消費者、事業者及び受託者等とみなす。</p>	<p>2 消費者契約の締結に係る消費者の代理人（復代理人（二以上の段階にわたり復代理人として選任された者を含む）を含む。以下同じ。），事業者の代理人及び受託者等の代理人は第4条から第6条までの規定及び民法第96条第1項（前項において準用する場合を含む。次条及び第11条において同じ。）の適用については、それぞれ消費者、事業者及び受託者等とみなす。</p>
<p>（新設）</p>	<p>3 第4条から第6条までの規定及び民法第96条第1項の規定のうち詐欺による意思表示の取消しの規定は、第三者が消費者に対して第4条から第6条までに規定する行為又は民法第96条第1項に規定する詐欺行為を行い、当該消費者が当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をした場合において、当該第三者が第4条から第6条までに規定する行為又は民法第96条第1項に規定する詐欺行為をしたことを当該事業者が知っていたとき、又は知ることができたときについて準用する。</p>
<p>（解釈規定） 第6条 第4条第1項各号の規定は、これらの号に規定する消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示に対する民法第96条の規定の適用を妨げるものと解してはならない。</p>	<p>（解釈規定） 第10条 第4条から第6条までの規定は、これらに規定する消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示に対する民法第96条の規定の適用を妨げるものと解してはならない。</p>
<p>（取消権の行使期間等） 第7条 本法の規定による取消権は、取消しの原因となっていた状況（心理的な影響を含む）が消滅した時から3年間これを行使しないときは、時効によって消滅する。当該消費者契約の締結の時から10年を経過したときも、同様とする。</p> <p>2 会社法（平成17年法律第86号）その他の法律により詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができないものとされている株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出が消費者契約としてされた場合には、当該株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出に係る意思表示については、第4条第1項各号（第5項第1項において準用する場合を含む。）の規定によりその取消しをすることができない。</p>	<p>（取消権の行使期間等） 第11条 この法律の規定による取消権は、取消しの原因となっていた状況（心理的な影響を含む。）が消滅した時から3年間これを行使しないときは、時効によって消滅する。当該消費者契約の締結の時から10年を経過したときも、同様とする。</p> <p>2 会社法（平成17年法律第86号）その他の法律により詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができないものとされている株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出が消費者契約としてされた場合には、当該株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出に係る意思表示については、第4条第1項及び第2項、第5条第1項並びに第6条第1項（第9条各項において準用する場合を含む。）の規定によりその取消しをすることができない。</p>
<p>（追認及び法定追認の排除） 第8条 民法第122条ないし第125条の規定は、本法の取消しについては適用しない。</p>	<p>（追認及び法定追認の排除） 第12条 民法第122条から第125条までの規定は、この法律の規定による意思表示の取消しについては適用しない。</p>

<p>(消費者契約約款) 第9条</p> <p>この法律において、「消費者契約約款」とは、名称や形態のいかんを問わず、事業者が多数の消費者契約に用いるためにあらかじめ定式化した契約条項の総体をいう。</p> <p>2 消費者契約約款は、事業者が契約締結時までに消費者にその消費者契約約款を提示して(以下「開示」という。)、当事者の双方がその消費者契約約款を当該消費者契約に用いることに合意したときは、当該消費者契約の内容となる。</p> <p>3 消費者契約の性質上、契約締結時に消費者契約約款を開示することが著しく困難な場合において、事業者が、消費者に対し契約締結時に消費者契約約款を用いる旨の表示をし、かつ、契約締結時までに、消費者契約約款を消費者が知ることができる状態に置いたときは、当該消費者契約約款は当該契約締結時に開示されたものとみなす。</p> <p>4 消費者契約の類型及び交渉の経緯等に照らし、消費者にとって予測することができない消費者契約約款の条項は契約の内容とならない。</p> <p>「『民法(債権関係)の改正に関する中間試案』に対する意見」(2013年6月20日) 「第30、4 約款の変更 約款の変更に関して次のような規律を設けるかどうかについて、引き続き検討する。 (1) 約款が前記2によって契約内容となっている場合において、次のいずれにも該当するときは、約款使用者は、当該約款を変更することにより、相手方の同意を得ることなく契約内容の変更をすることができるものとする。 ア 当該約款の内容を画一的に変更すべき合理的な必要性があること。 イ 当該約款を使用した契約が現に多数あり、その全ての相手方から契約内容の変更についての同意を得ることが著しく困難であること。 ウ 上記アの必要性に照らして、当該約款の変更の内容が合理的であり、かつ、変更の範囲及び程度が相当なものであること。 エ 当該約款の変更の内容が相手方に不利益なものである場合にあっては、その不利益の程度に応じて適切な措置が講じられていること。 (2) 上記(1)の約款の変更は、約款使用者が、当該約款を使用した契約の相手方に、約款を変更する旨及び変更後の約款の内容を合理的な方法により周知することにより、効力を生ずるものとする。」 【意見】 (1) 約款の変更要件を規定することに賛成する。 (2) (1)の要件には賛成する。 (3) (2)の要件については、一定の手続を要件とす</p>	<p>(消費者契約約款) 第13条</p> <p>この法律において、「消費者契約約款」とは、名称や形態のいかんを問わず、事業者が多数の消費者契約に用いるためにあらかじめ定式化した契約条項の総体をいう。</p> <p>2 消費者契約約款は、事業者が契約締結時までに消費者にその消費者契約約款を提示して(以下「開示」という。)、当事者の双方がその消費者契約約款を当該消費者契約に用いることに合意したときは、当該消費者契約の内容となる。</p> <p>3 消費者契約の性質上、契約締結時に消費者契約約款を開示することが著しく困難な場合において、事業者が、消費者に対し契約締結時に消費者契約約款を用いる旨の表示をし、かつ、契約締結時までに、消費者契約約款を消費者が知ることができる状態に置いたときは、当該消費者契約約款は当該契約締結時に開示されたものとみなす。</p> <p>4 消費者契約の類型及び交渉の経緯等に照らし、消費者にとって予測することができない消費者契約約款の条項は契約の内容とならない。</p> <p>5 消費者契約約款が第2項又は第3項の規定によって消費者契約の内容となっている場合において、次の各号に掲げる要件の全てを満たす場合には、事業者は、消費者の個別の同意を得ることなく、契約内容の変更をすることができる。 一 当該消費者契約約款の内容を画一的に変更すべき合理的な必要性があること。 二 当該消費者契約約款を使用した消費者契約が現に多数あり、全ての消費者から契約内容の変更についての同意を得ることが著しく困難であること。 三 第一号の必要性に照らして、当該消費者契約約款の変更の内容が合理的であり、かつ、変更の範囲及び程度が相当なものであること。 四 当該消費者契約約款の変更の内容が消費者に不利益なものである場合にあっては、その不利益の程度に応じて適切な措置が講じられていること。</p> <p>6 前項の消費者契約約款の変更は、事業者が消費者に対し、約款を変更する旨及び変更後の約款の内容を約款変更時までに提示することにより効力を生ずるものとする。ただし、契約の性質上、変更後の約款を提示することが困難な場合にあっては、事業者が、消費者において、変更後の約款を容易に知ることができる状態に置き、かつ、変更後の約款を知るための方法を消費者に通知することにより、効力を生ずるものとする。</p>
---	--

ることには賛成するが、具体的な内容については、「約款を変更する旨及び変更後の約款の内容を約款変更時までに提示すること。ただし、契約の性質上、変更後の約款を提示することが困難な場合にあっては、約款使用者が、相手方において、変更後の約款を容易に知ることができることに置き、かつ、変更後の約款を知るための方法を相手方に通知すること。」とすべきと考える。

第2節 契約の内容

(契約条項の明瞭化)

第10条

事業者は、消費者契約の条項を定めるにあたっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について消費者にとって明確かつ平易な表現を用いなければならない。

(契約条項の解釈準則)

第11条

消費者契約の条項が不明確であるため、その条項につき複数の解釈が可能である場合は、消費者にとって最も有利に解釈しなければならない。

(不当条項の無効)

第12条

消費者の利益を不当に害する消費者契約の条項(以下本法において「不当条項」という。)は無効とする。

2 消費者契約の条項であって、当該条項が存在しない場合と比較して、消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重するもの及び事業者の責任を制限又は免除するものは、不当条項と推定する。

(不当条項とみなす条項)

第13条

次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項とみなす。

一 事業者の債務不履行により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除する条項

二 事業者の債務不履行(当該事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。)により消費者に生じた損害を賠償する責任の一部を免除する条項

三 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた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を免除する条項

四 消費者契約における事業者の債務の履行

第2節 契約の内容

(契約条項の明確化・平易化)

第14条

事業者は、消費者契約の条項を定めるにあたっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について消費者にとって明確かつ平易な表現を用いなければならない。

(契約条項の解釈準則)

第15条

消費者契約の条項が不明確であるため、その条項につき複数の解釈が可能である場合は、消費者にとって最も有利に解釈しなければならない。

(不当条項の効力に関する一般規定)

第16条

消費者契約の条項であって、当該条項が存在しない場合と比較して、消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害するもの(以下「不当条項」という。)は無効とする。

2 消費者契約の条項が消費者の利益を信義誠実の原則に反する程度に害しているかどうかの判断にあたっては、当該契約条項の目的及び内容、当該契約の性質及び契約全体の趣旨、同種の契約に関する任意規定が存在する場合にはその内容等を総合考慮して、消費者契約法の目的に照らし判断する。

(不当条項とみなす条項)

第17条

次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項とみなす。

一 事業者の債務不履行により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除する条項

二 事業者の債務不履行(当該事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。)により消費者に生じた損害を賠償する責任の一部を免除する条項

三 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた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を免除する条項

四 消費者契約における事業者の債務の履行

<p>に際してされた当該事業者の不法行為（当該事業者，その代表者又はその使用者の故意又は重大な過失によるものに限る。）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一部を免除する条項</p>	<p>に際してされた当該事業者の不法行為（当該事業者，その代表者又はその使用者の故意又は重大な過失によるものに限る。）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一部を免除する条項</p>
<p>五 消費者契約が有償契約である場合において，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるとき（当該消費者契約が請負契約である場合には，当該消費者契約の仕事の目的物に瑕疵があるとき。以下同じ。）に，当該瑕疵により消費者に生じた損害を賠償する事業者の責任の全部を免除する条項。ただし，次に掲げる場合を除く。</p>	<p>五 消費者契約が有償契約である場合において，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるとき（当該消費者契約が請負契約である場合には，当該消費者契約の仕事の目的物に瑕疵があるとき。以下同じ。）に，当該瑕疵により消費者に生じた損害を賠償する事業者の責任の全部を免除する条項。ただし，次に掲げる場合を除く。</p>
<p>イ 当該消費者契約において，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに，当該事業者が瑕疵のない物をもってこれに代える責任又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で，当該責任に基づく義務が履行された場合</p>	<p>イ 当該消費者契約において，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに，当該事業者が瑕疵のない物をもってこれに代える責任又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で，当該責任に基づく義務が履行された場合</p>
<p>ロ 当該消費者と当該事業者の委託を受けた他の事業者との間の契約又は当該事業者と他の事業者との間の当該消費者のためにする契約で，当該消費者契約の締結に先立って又はこれと同時に締結されたものにおいて，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに，当該他の事業者が，当該瑕疵により当該消費者に生じた損害を賠償する責任の全部若しくは一部を負い，瑕疵のない物をもってこれに代える責任を負い，又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で，当該責任に基づく義務が履行された場合</p>	<p>ロ 当該消費者と当該事業者の委託を受けた他の事業者との間の契約又は当該事業者と他の事業者との間の当該消費者のためにする契約で，当該消費者契約の締結に先立って又はこれと同時に締結されたものにおいて，当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに，当該他の事業者が，当該瑕疵により当該消費者に生じた損害を賠償する責任の全部若しくは一部を負い，瑕疵のない物をもってこれに代える責任を負い，又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合で，当該責任に基づく義務が履行された場合</p>
<p>六 損害賠償の額を予定し，又は違約金を定める消費者契約の条項。ただし，これらを合算した額が，当該消費者契約と同種の消費者契約につき，当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えない部分を除く。</p>	<p>六 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し，又は違約金を定める条項。ただし，これらを合算した額が，当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えない部分を除く。</p>
<p>七 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日（支払回数が二以上である場合には，それぞれの支払期日。以下この号において同じ。）までに支払わない場合における損害賠償の額を予定し，又は違約金を定める条項であって，これらを合算した額が，支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について，その日数に応じ，当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控除した額に年14.6パーセントの割合を乗じて計算した額を超えるものについて，当該超える部分。</p>	<p>七 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日（支払回数が二以上である場合には，それぞれの支払期日。以下この号において同じ。）までに支払わない場合における損害賠償の額を予定し，又は違約金を定める条項であって，これらを合算した額が，支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について，その日数に応じ，当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控除した額に民法が定める法定利率の2倍の割合を乗じて計算した額を超えるものについて，当該超える部分。</p>
<p>八 契約文言の解釈，事業者の消費者に対する権利の発生若しくは行使の要件に関する判断，又は事業者が消費者に対して負担す</p>	<p>八 契約の解釈，事業者の消費者に対する権利の発生若しくは行使の要件に関する判断，又は事業者が消費者に対して負担す</p>

る責任若しくは責任免除に関する判断について事業者のみが行うものとする条項	九 民法第541条ないし第543条等に基づく消費者の法令上の解除権を認めない条項
十 民法第295条又は第505条に基づく消費者の権利を制限する条項。ただし、民法その他の法令の規定により制限される場合を除く。	
十一 事業者が消費者に対して役務の提供を約する契約において、当該消費者の事前の同意なく、事業者が第三者に当該契約上の地位を承継させることができるものとする条項	
十二 事業者が契約上、消費者に対して有する債権を第三者に譲渡する場合に、消費者があらかじめ異議をとどめない承諾をするものとする条項	
十三 消費者が限度額を定めない根保証契約（一定の範囲に属する不特定の債務を主たる債務とする保証契約をいう。）をする条項	
十四 事業者が任意に債務を履行しないことを許容する条項	
十五 事業者の債務不履行責任を制限し又は損害賠償額の上限を定めることにより、消費者が契約を締結した目的を達成することができないこととなる条項	
十六 民法その他の法令の規定により無効とされることがない限りと留保して、事業者の権利を拡張し又は事業者の義務を減免することを定める条項	
十七 他の法形式を利用して、本法その他公序若しくは良俗に反する法令の規定の適用を回避する条項。ただし、他の法形式を利用することに合理的な理由があり、かつ、消費者の利益を不当に害しない場合を除く。	
（不当条項と推定する条項）	
第14条	
次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項と推定する。	
一 消費者の一定の作為又は不作為により、消費者の意思表示がなされたもの又はなされなかったものとみなす条項	
二 一定の事実があるときは、事業者の意思表示が消費者に到達したものとみなす条項	
九 事業者に対し、契約上の給付内容又は契約条件を一方的に決定又は変更する権限を付与する条項	

責任若しくは責任免除に関する判断について事業者のみが行うものとする条項	九 法令に基づく消費者の解除権を認めない条項
	（第18条12号）
	十〇 事業者が消費者に対して役務の提供を約する契約において、当該消費者の事前の同意なく、事業者が第三者に当該契約上の地位を承継させることができるものとする条項
	十一 事業者が契約上、消費者に対して有する債権を第三者に譲渡する場合に、消費者があらかじめ異議をとどめない承諾をするものとする条項
	十二 事業者が任意に債務を履行しないことを許容する条項
	十三 民法その他の法令の規定により無効とされることがない限りという旨の文言を付記して、最大限に事業者の権利を拡張し又は事業者の義務を減免することを定める条項
	（18条18号）
	（不当条項と推定する条項）
第18条	
次に掲げる消費者契約の条項は、不当条項と推定する。	
一 消費者の一定の作為又は不作為により、消費者の意思表示がなされたもの又はなされなかったものとみなす条項	
二 一定の事実があるときは、事業者の意思表示が消費者に到達したものとみなす条項	
三 事業者に対し、契約上の給付内容又は契約条件を一方的に決定又は変更する権限を付与する条項	

<p>五 事業者の消費者に対する消費者契約上の債権を被担保債権とする保証契約の締結を当該消費者契約の成立要件とする条項</p> <p>六 事業者が消費者に対し一方的に予め又は追加的に担保の提供を求めることができるものとする条項</p> <p>七 事業者の保証人に対する担保保存義務を免除する条項</p> <p>八 消費者の利益のために定められた期限の利益を喪失させる事由（民法第137条各号所定の事由を除く。）を定めた条項</p>	<p>四 消費者が事業者からの一方的な追加担保の要求に応じなければならぬとする条項</p> <p>五 事業者の保証人に対する担保保存義務を免除する条項</p> <p>六 消費者の利益のために定められた期限の利益を喪失させる事由（民法第137条各号に掲げる事由その他消費者に信用不安が生じたと客観的に認められるような事由を除く。）を定めた条項</p>
<p>十四 事業者の消費者に対する債務の履行責任，債務不履行又は不法行為に基づく損害賠償責任，瑕疵担保責任その他の法令上の責任を制限する条項</p> <p>十二 事業者が契約の締結又は債務の履行のために使用する第三者の行為について事業者の責任を制限し又は免除する条項</p>	<p>七 事業者の消費者に対する消費者契約上の債務その他法令上の責任を制限する条項（第17条第1号から第5号までの規定に該当する場合を除く。）</p> <p>八 事業者が契約の締結又は債務の履行のために使用する第三者の行為について事業者の責任を制限し又は免除する条項（第17条第1号から第5号までの規定に該当する場合を除く。）</p>
<p>四 消費者の権利行使又は意思表示について，事業者の同意を要件とする条項，事業者に對価を支払うべきことを定める条項，その他形式又は要件を付加する条項</p> <p>十 消費者が通常必要とする程度を超える多量の物品の販売又は役務の提供を行う条項</p> <p>十一 消費者が通常必要とする程度を超える長期間にわたる継続した物品の販売又は役務の提供を行う条項</p> <p>十九 消費者契約が終了した場合に，前払金，授業料などの對価，預り金，担保その他の名目で事業者に給付されたものの全部又は一部を消費者に返還しないことを定める条項</p>	<p>九 消費者の権利行使又は意思表示について，事業者の同意，對価の支払，その他要式又は要件を付加する条項</p> <p>（削除） 第6条～第8条</p> <p>（削除） 第6条～第8条</p> <p>十〇 消費者契約が終了した場合における事業者の消費者に対する原状回復義務，清算義務を減免する条項</p>
<p>二十 消費者に債務不履行があった場合に，事業者に通常生ずべき損害の金額を超える損害賠償の予定又は違約金を定める条項</p> <p>三 消費者に対し，事業者の債務の履行に先立って對価の支払を義務づける条項</p> <p>十三 消費者である保証人が保証債務を履行した場合における主債務者に対する求償権の範囲を制限する条項</p> <p>十五 消費者の法令に基づく解除権を制限する条項</p>	<p>十一 消費者に債務不履行があった場合に，事業者に通常生ずべき損害の金額を超える損害賠償の予定又は違約金を定める条項</p> <p>十二 民法第295条，第505条又は第533条に基づく消費者の権利を制限する条項。ただし，民法その他の法令の規定により制限される場合を除く。</p> <p>十三 法令に基づく消費者の解除権を制限する条項</p>

<p>十六 事業者のみが消費者契約の解除権を留保する条項</p> <p>十七 継続的な消費者契約において、消費者の解約権を制限する条項</p> <p>十八 期間の定めのない継続的な消費者契約において、事業者に対し、解約申し入れにより直ちに消費者契約を終了させる権限を付与する条項</p> <p>二十一 消費者契約が終了した場合に、給付の目的物である商品、権利、役務の対価に相当する額を上回る金員を消費者に請求することができるとする条項</p> <p>二十二 事業者の証明責任を軽減し、又は消費者の証明責任を加重する条項</p> <p>二十三 管轄裁判所を事業者の住所地又は営業所所在地に限定する条項、法律上の管轄と異なる裁判所を専属管轄とする条項その他消費者の裁判を受ける権利を制限する条項</p>	<p>(第23条3項)</p> <p>十四 期間の定めのない継続的な消費者契約において、事業者に対し、解約申し入れにより直ちに消費者契約を終了させる権限を付与する条項</p> <p>(第23条4項)</p> <p>十五 事業者の証明責任を軽減し、又は消費者の証明責任を加重する条項</p> <p>十六 管轄裁判所を事業者の住所地又は営業所所在地に限定する条項、法律上の管轄と異なる裁判所を専属管轄とする条項その他消費者の裁判を受ける権利を制限する条項</p> <p>十七 他の法形式を利用して、この法律又は公の秩序若しくは良俗に関する法令の規定の適用を回避する条項</p>
<p>(第13条17号)</p> <p>(不当条項の効果)</p> <p>第15条 不当条項に該当する消費者契約の条項は、当該条項全体を無効とする。ただし、本法その他の法令に特別の定めがある場合を除く。</p> <p>2 前項の場合においても、消費者契約の他の条項は効力を妨げられない。ただし、当該条項が無効であった場合には消費者が当該消費者契約を締結しなかったものと認められる場合、当該消費者契約は無効となる。</p>	<p>(不当条項の効果)</p> <p>第19条 不当条項に該当する消費者契約の条項は、当該条項全体を無効とする。ただし、この法律その他の法令に特別の定めがある場合又は当該条項全体を無効とすることが消費者の利益に反することになる場合は、この限りではない。</p> <p>2 前項の場合においても、当該消費者契約の他の条項は効力を妨げられない。ただし、当該条項が無効であった場合には消費者が当該消費者契約を締結しなかったものと認められる場合、当該消費者契約は無効となる。</p>
<p>(損害賠償請求権)</p> <p>第18条 事業者が不当勧誘行為を行ったとき、又は不当条項を使用したときは、消費者は、事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。</p>	<p>(不当条項使用行為と損害賠償義務)</p> <p>第20条 事業者が、不当条項を含む消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を行ったことによって消費者の権利又は利益を侵害した場合には、当該消費者は、当該事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。ただし、当該事業者に故意又は過失がない場合は、この限りではない。</p>
<p>第3節 その他の規定</p> <p>(消費者契約の取消し及び無効の効果)</p> <p>第16条 本法の規定に基づき消費者契約が取り消された場合又は無効である場合、消費者は、その契約によって現に利益を受けている限度に</p>	<p>第3節 取消し及び無効の効果等に関する消費者契約の特則</p> <p>(消費者契約の取消し及び無効の効果)</p> <p>第21条 この法律の規定により消費者契約が取り消され、又は無効となる場合は、消費者は、その契約によって現に利益を受けている限度に</p>

<p>おいて、返還の義務を負う。</p> <p>2 前項の場合において、事業者が行った行為の態様等が極めて悪質であるときには、当該事業者は、消費者に対し、利益の全部又は一部について返還を請求することができない。</p>	<p>おいて、返還の義務を負う。</p> <p>2 前項の場合において、事業者が行った行為の態様、消費者が受けた不利益の内容及び程度、当該消費者契約の性質及び内容等を総合考慮して信義誠実の原則に反すると認められるときには、当該事業者は、当該消費者に対し、利益の全部又は一部について返還を請求することができない。</p>
<p>(複数契約の取消し、無効及び解除)</p> <p>第17条</p>	<p>(複数契約の取消し、無効及び解除)</p> <p>第22条</p>
<p>一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が存在するだけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の取消原因ないし無効原因に基づき、複数の消費者契約全部の取消しないし無効を主張できる。</p>	<p>一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が存在するだけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の取消原因又は無効原因に基づき、複数の消費者契約全部の取消し又は無効を主張することができる。</p>
<p>2 一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が履行されただけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の解除原因に基づき、複数の消費者契約全部の解除を主張できる。</p>	<p>2 一の消費者が締結した複数の消費者契約について、各契約の目的が相互に密接に密接に関連しており、社会通念上いずれかの契約が履行されただけでは契約を締結した目的が全体として達成することができない場合であって、各契約の相手方である事業者がそれを知っているときは、消費者は一の消費者契約の解除原因に基づき、複数の消費者契約全部の解除を主張することができる。</p>
<p>(損害賠償請求権)</p> <p>第18条</p>	<p>(第7条と第20条に規定)</p>
<p>事業者が不当勧誘行為を行ったとき、又は不当条項を使用したときは、消費者は、事業者に対し、これによって生じた損害の賠償を請求することができる。</p>	<p>(継続的契約の中途解約権)</p> <p>第23条</p>
<p>消費者は、消費者契約にかかる継続的契約を、将来に向かって解除することができる。</p>	<p>消費者は、次の各号に該当する消費者契約を、事業者に対し相当な期間を定めて通知することによって、将来に向かって解約することができる。</p>
<p>一 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供し、消費者がこれを受領する契約</p>	<p>一 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供し、消費者がこれを受領する契約</p>
<p>二 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供する権利を販売し、消費者が当該権利を購入する契約</p>	<p>二 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して役務を提供する権利を販売し、消費者が当該権利を購入する契約</p>
<p>三 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して物品等を販売し、消費者が当該物品等を購入する契約</p>	<p>三 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり継続して物品等を販売し、消費者が当該物品等を購入する契約</p>
<p>四 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり物品を貸貸し、消費者が当該物品を借り受ける契約</p>	<p>四 事業者が消費者に対し、有償で2か月以上の期間にわたり物品を貸貸し、消費者が当該物品を借り受ける契約</p>

(新設)	<p>2 事業者は、前項の規定による中途解約がされた場合、消費者に対し、その名目を問わず、解約手続に必要な事務手数料及び契約期間1か月分の対価（当該消費者契約の性格に照らして合理的に考えられる最小区分の契約期間が1か月未満の場合には、その最小区分の契約期間の対価とする。）を上回る金銭の支払を請求することはできない。</p> <p>3 第1項に規定する中途解約権を認めない消費者契約の条項は不当条項とみなす。</p> <p>4 第1項に規定する中途解約権を制限する消費者契約の条項及び中途解約時に第2項に規定する金額を上回る金銭の支払を定める消費者契約の条項は、不当条項と推定する。</p>
(新設)	
(新設)	
	<p>「民法（債権関係）改正に関する意見書（その4）-消費者に関する規定部分-」（2012年10月23日）</p> <p>「第10 消費者契約に関する規定（5）」</p> <p>第 1 条（消費者の引渡前解除権）</p> <p>1 貸主が事業者であり借主が消費者である場合、借主は、消費貸借の目的物の交付を受けるまでは、契約の解除をすることができる。</p> <p>2 貸主は、前項の規定による解除がなされた場合、消費者である借主に対し、これに基づく損害賠償請求をすることができない。</p> <p>3 前2項の規定に反する特約は無効とする。</p> <p>（目的物交付前解除権）</p> <p>第24条</p> <p>1 消費貸借契約の貸主が事業者であり借主が消費者である場合には、借主は、消費貸借の目的物の交付を受けるまでは、契約の解除をすることができる。</p> <p>2 貸主は、前項の規定による解除がなされた場合、消費者である借主に対し、これに基づく損害賠償請求をすることができない。</p> <p>3 前2項の規定に反する消費者契約の条項は不当条項と推定する。</p>
	<p>「民法（債権関係）改正に関する意見書（その4）-消費者に関する規定部分-」（2012年10月23日）</p> <p>「第11 消費者契約に関する規定（6）」</p> <p>第 1 条（消費者の期限前返済権）</p> <p>1 貸主が事業者で借主が消費者である消費貸借契約においては、当事者が返還の時期を定めた場合であっても、借主はいつでも返還をすることができる。</p> <p>2 前項の規定により、借主から返還時期の前に返還がなされた場合であっても、貸主は借主に対し、これに基づく損害賠償請求をすることができない。</p> <p>3 前2項の規定に反する特約は無効とする。</p> <p>（期限前弁済）</p> <p>第25条</p> <p>1 貸主が事業者で借主が消費者である消費貸借契約においては、当事者が返還の時期を定めた場合であっても、借主はいつでも返還をすることができる。</p> <p>2 前項の規定により、借主から返還時期の前に返還がなされた場合であっても、貸主は借主に対し、これに基づく損害賠償請求をすることができない。</p> <p>3 前2項の規定に反する消費者契約の条項は不当条項と推定する。</p>
	<p>「民法（債権関係）改正に関する意見書（その4）-消費者に関する規定部分-」（2012年10月23日）</p> <p>「第12 消費者契約に関する規定（7）」</p> <p>第 1 条（抗弁の接続）</p> <p>1 消費者が事業者との間で有償の契約を締結するに伴い、当該消費者がその対価の全部又は一部の支払いに充てるため、当該事業者とは異なる事業者（以下「貸主」という。）との間で金銭消費貸借契約を締結する場合であ</p> <p>（抗弁権の接続）</p> <p>第26条</p> <p>1 消費者が事業者との間で有償の契約を締結するに伴い、当該消費者がその対価の全部又は一部の支払いに充てるため、当該事業者とは異なる事業者（以下「貸主」という。）との間で金銭消費貸借契約を締結する場合であ</p>

<p>つて，当該有償契約と当該金銭消費貸借契約の目的及び締結の過程に牽連性が認められるときは，当該消費者は，当該有償契約において事業者に対して生じている事由をもって，貸主に対する債務の支払を拒むことができる。</p> <p>2 前項の規定に反する特約は無効とする。</p> <p>3 前2項の規定は，金銭消費貸借契約と同様しうる与信契約に準用する。</p>	<p>つて，当該有償契約と当該金銭消費貸借契約の目的及び締結の過程に牽連性が認められるときは，当該消費者は，当該有償契約において事業者に対して生じている事由をもって貸主に対する債務の弁済を拒むことができる。</p> <p>2 前項の規定に反する消費者契約の条項は無効とする。</p> <p>3 前2項の規定は，金銭消費貸借契約と実質的に同一の機能を有する与信契約に準用する。</p>
<p>「民法（債権関係）改正に関する意見書（その4）-消費者に関する規定部分-」（2012年10月23日）</p> <p>「第12条 消費者契約に関する規定（8）」</p> <p>第1条（賃貸借終了時の原状回復義務）</p> <p>1 賃借人は，賃貸借契約の終了に際して，目的物を原状に復して賃貸人に返還しなければならない。ただし，自然損耗によって目的物に生じた変化については，この限りではない。</p> <p>2 賃借人が消費者で，賃貸人が事業者である賃貸借契約においては，前項ただし書に反する特約は無効とする。</p>	<p>（賃貸借契約における原状回復義務を加重する条項の無効）</p> <p>第27条</p> <p>賃借人が消費者で賃貸人が事業者である賃貸借契約において，賃貸借契約の終了に伴う目的物の返還に際して，自然損耗又は通常損耗によって目的物に生じた変化について消費者に補修義務を負わせる契約条項は，無効とする。</p>
<p>第4節 補則</p> <p>（他の法律の適用）</p> <p>第20条</p> <p>消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力については，この法律の規定によるほか，民法及び商法の規定による。</p> <p>2 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力について民法及び商法以外の他の法律に別段の定めがあるときは，その定めるところによる。</p>	<p>第4節 補則</p> <p>（他の法律の適用）</p> <p>第28条</p> <p>消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力については，この法律の規定によるほか，民法及び商法の規定による。</p> <p>2 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力について民法及び商法以外の法律に別段の定めがあるときは，その定めるところによる。</p>
<p>第5節 準用規定</p> <p>（準用規定）</p> <p>第21条</p> <p>事業者間の契約であっても，事業の規模，事業の内容と契約の目的との関連性，契約締結の経緯その他の事情から判断して，一方の事業者の情報の質及び量並びに交渉力が実質的に消費者と同程度である場合，当該契約においては当該事業者を本法第2条1項の消費者とみなし，本法の規定を準用する。</p>	<p>第5節 事業者間契約への準用</p> <p>（事業者間契約への準用）</p> <p>第29条</p> <p>事業者間の契約であっても，事業の規模，事業の内容と契約の目的との関連性，契約締結の経緯その他の事情から判断して，一方の事業者の情報の質及び量並びに交渉力が実質的に消費者と同程度である場合には，当該契約においては当該事業者を第2条第1項の消費者とみなし，この法律の規定を準用する。</p>
<p>第3章 差止請求（略）</p> <p>第4章 雜則（略）</p> <p>第5章 罰則（略）</p> <p>附則（略）</p>	<p>第3章 差止請求（略）</p> <p>第4章 雜則（略）</p> <p>第5章 罰則（略）</p> <p>附則（略）</p>

「消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）」概要説明図

消費者契約法日弁連改正試案（2014年版）【概要】

【適用範囲に関する見直し】

対象消費者の拡大【2条】

除外される個人は事業に直接関連する取引のため当事者となる場合のみ。

消費者的事業者への準用【29条】

事業者間契約において一方の事業者の情報の質・量・交渉力が消費者と同程度である場合には当該事業者を消費者とみなす、消費者契約法を準用する。

【不当勧誘行為規制の見直し】

事業者の情報提供義務・説明義務の明定【3条】

消費者の判断に通常影響を及ぼすべき事項を消費者が通常理解できる方法で情報提供・説明すべき法的義務。当該消費者への個別対応の例外あり。

不実告知など誤認惹起行為に対する取消権の拡張【4条】

- 広告・パンフレットなど消費者契約の誘引段階での誤認惹起行為に拡大。
- 重要事項を動機付け部分に拡大（1号・2号を削除）。

退去妨害など困惑惹起行為に対する取消権の拡張【5条】

職場や自宅への執拗な電話等によって困惑を惹起する行為（非身体拘束型の困惑惹起行為）に取消権を拡大。

つけ込み型の不当勧誘行為に対する取消権の新設【6条】

高齢者の判断能力の減退等につけ込んだ不当勧誘行為に取消権を拡大。

不当勧誘行為への損害賠償義務の新設【7条】

情報提供義務違反、不招請勧誘、再勧誘、適合性原則違反、誤認惹起行為、困惑惹起行為、つけ込み型不当勧誘等（不当勧誘行為）の損害賠償責任

消費者公序規定の新設【8条】

消費者契約における民法90条の解釈規定、不当勧誘行為によってもたらされた過大な不利益契約の無効

取消権の行使期間の伸張【11条】

6ヶ月・5年から3年・10年へ伸張

追認・法定追認の廃除規定の新設【12条】

民法122～125条の適用廃除

取消・無効の効果規定の新設【21条】

現存利益に限定。信義則に反する事案では原状回復義務を減免。

【不当条項規制の見直し】

一般条項（現行法10条）の見直し【16条】

原則的な権利義務状態と比較して消費者の利益を信義則に反する程度に害する契約条項は無効。

解除時の過大な損害賠償規定（現行法9条）の見直し【17条6号】

平均的損害の立証責任を転換

ブラックリスト（不当条項とみなす）の追加【17条1号～13号】

債務不履行一部免除	不法行為責任全部免除	不法行為責任一部免除	瑕疵担保責任全部免除	解除時の過大違約金条項	民事法定利率の2倍を超える延滞損害金条項
消費者の法定解除権の廃除	役務提供契約地位の無断移転	債権譲渡の無留保承諾	任意の不履行の許容	サルベージ条項	

グレーリスト（不当条項と推定）の新設【18条1号～17号】

意思表示擬制	意思表示の到達擬制	一方的変更権	一方的追加担保義務	担保保存義務の免除	期限の利益の喪失	債務の履行責任等の免除
履行補助者等の責任減免	権利行使等への形式・要件の付加	原状回復義務・清算義務の減免	債務不履行時の過大な損害賠償責任	消費者の抗弁権の制限	法定解除権の制限	事業者の即時解約権
証明責任の加重・軽減	消費者の裁判管轄の制限	脱法条項				

契約条項の明確化・平易化規定の見直し【14条】

努力義務から法的義務へ。

消費者有利解釈規定の新設【15条】

複数の解釈が可能な場合には、消費者に最も有利に解釈。

【その他の見直し（民法改正への対応など）】

消費者契約約款に関する規定の新設【13条】

定義、組入要件、不意打ち条項禁止、約款変更

複数行為の取消・無効・解除規定の新設【22条】

複数の契約の目的が相互に密接関連している場合は一体で効力否定

継続的契約の中途解約規定の新設【23条】

継続的役務提供契約等への中途解約権の付与と金銭支払義務の制限

消費貸借に関する消費者特則の新設【24条～26条】

目的物交付前解除及び期限前弁済時の損害賠償義務の免責、商品販売契約等と与信契約に目的・締結過程の牽連性ある場合の抗弁接続

賃貸借契約に関する消費者特則の新設【27条】

賃貸借契約終了時の原状回復義務の加重条項の無効