平成 27 年 9 月 30 日

消費者委員会　消費者契約法専門調査会「中間取りまとめ」に対する意見

内閣府消費者委員会
事務局 中間整理等受付担当
御中

公益社団法人
日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（通称 NACS）
消費者相談室
消費者提言特別委員会
〒150-0002
東京都渋谷区渋谷一丁目１７番１４号
全国婦人会館２階
電話 ０３－６４３４－１１２５
Ｆax ０３－６４３４－１１６１
Ｅメール：nacs-wet@s7.dion.ne.jp
：nacs-teigen@nacs.or.jp

第３　契約締結過程

１．「勧誘」要件の在り方（法第４条第１項,第２項,第３項）（中間取りまとめ P.9～）

【意見】不特定多数に向けた勧誘（広告・表示）であっても、不実告知等があった場合には誤認取消ができるようにして下さい。

【理由】不特定多数向けの広告・チラシやインターネットの画面上に不実告知に相当する内容が掲載され、それを見て、信じた消費者がトラブルに巻き込まれる事例があります。消費者契約を取り巻く環境変化が、消費者の誤認の可能性を増加させている状況にあります。こうした状況を是正するため、不特定の者に向けた広告・チラシでも、消費者の意思形成に直接的に影響を与えた場合には誤認取消ができるように法整備を行う必要があります。既に、不特定の者に向けた広告等記載や説明をもって、取消しの規定の適用を認めたと考えられる判例（東京簡裁平成 20 年 1 月 17 日）出ています。

３．不利益事実の不告知（法第４条第２項）　（中間取りまとめ P.12～）

【意見】「不実告知型」については「故意」がなくても取消ができるようにして下さい。

【理由】第４条２項に定める不利益事実の不告知の中でも、告げられた利益と告げられなかった不利益の関連が強い「不実告知型」については、第４条１項の不実告知と実質

同等と考えられます。不実告知の場合と同様に「故意」要件を外すべきです。例えばマンションの購入契約をする際、眺望が良いことを売り文句にする一方で、目の前の敷地にマンション建設の予定があるとの説明がなされなかった場合、事業者から「故意ではない」と主張されても納得できるものではありません。当協会が平成 25 年度に消費者法改正に向け実施の消費者意識調査でも、「故意の有無に関係なく、消費者が尋ねなかったことも問題なく、あくまでも事業者が知っていて説明しなかった場合は、契約の解除・取消しが出来ることを望んでいる」の結果でした。消費者と事業者の間の情報・交渉力の格差を是正して消費者の利益の擁護を図るという消費者契約法の立法目的から考えても、利益を告げるのであれば、それと関連する不利益についても正しく情報提供がなされるべきです。

３．不利益事実の不告知（法第４条第２項）　　（中間取りまとめ P.12～）

【意見】故意または重過失がある場合には「不告知型」も取消できるようにして下さい。

【理由】例えばマンションの購入契約をする際、眺望の良さを売り文句にしていなかったとしても、顧客が眺望の良さに魅力を感じて契約しようとしていることを知りながら、目の前にマンション建設の予定があること告げられなかった場合、事業者から「眺望が良いとは言っていない」と主張されても納得できるものではありません。消費者が契約するかどうかに影響を及ぼす重要な事項に関して、事業者が故意または重過失によって告知しなかった場合には取消ができるようにすべきです。

４．「重要事項」（法第４条第４項）　　（中間取りまとめ P.15～）

【意見】契約の「動機」にかかわる不実告知等に対応できるよう、「重要事項」を拡張して下さい。

【理由】第４条４項で「重要事項」が契約の対象物、契約条件、対価に狭く限定されているために救済されない消費者被害が数多くあります。実際にはシロアリなどいないのに「シロアリがいる」と告げられて駆除契約を行う事例などのように、消費者が契約するかどうか判断する際には、契約しなければならない、契約する必要があるなどの「動機」が大きな割合を占めます。こうした被害から消費者を救済するため、重要事項に「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」を追加するなどの対応が必要です。

５．不当勧誘行為に関するその他の類型（法第４条第３項）（中間取りまとめ P.17～）

（１）困惑類型の追加

【意見】「執拗な勧誘」「威迫による勧誘」「迷惑を覚えさせる勧誘」も困惑取消の対象にして下さい。

【理由】法第４条第３項では、困惑類型の不当勧誘行為として、不退去・監禁の２つの

行為態様を規定しています。しかし、執拗な電話・訪問勧誘や威迫的な言動、迷惑を覚えさせる勧誘も不退去・退去妨害と質的に大差のない困惑を引き起こす行為であり、事例も多く寄せられています。困惑類型の取消の対象に、不退去・監禁以外の行為も追加して下さい。

５．不当勧誘行為に関するその他の類型（法第４条第３項）（中間取りまとめ P.20～）

（３）合理的な判断を行うことができない事情を利用して契約を締結させる類型

【意見】高齢者等の被害救済のための規定を構築して下さい

【理由】高齢者の消費者被害が多発しています。加齢や認知症等の影響により判断力が低下している高齢な消費者も多く見られ、消費者被害の中には、事業者が認知症等を患った高齢者等の判断力が不十分であることを利用して不必要な契約を締結させた事例が多く寄せられています。現在の消費者契約法ではこのような事例を救済する規定がありません。当該消費者の知識、経験、理解力、財産状況等に適合した形での勧誘を行うことが求められるという考え方（適合性原則）から、消費者契約法に高齢者等を保護する規定を構築する必要があります。

７．取消権の行使期間（法第７条第１項）　（中間取りまとめ P.24～）

【意見】消費者取消権の行使期間を延長して下さい。

【理由】消費者契約法の意思表示の取消権の行使期間は民法のそれよりも短く、被害にあった消費者が、どうしたらよいか思い悩むうちに時間が経過することは消費生活相談現場でよくあります。また、契約を取消すことができると知らない消費者も多く、社会問題になりマスコミ報道などで初めて取消すことができると知ることがあります。被害救済の観点からも取消権の行使期間が追認をすることができる時から６ヶ月、契約締結時から５年では短いと考えます。

９．不当勧誘行為に基づく意思表示の取消しの効果（中間取りまとめ P.27～）

【意見】契約が取消された場合、消費者が事業者に返さなくてはならない範囲は、そのとき手元に残っているものに限るべきです。

【理由】消費者が取消権を行使しても、消費した分の商品やサービスをお金に換算して返さなくてはならないとすると、結局、対価を支払ったことと同じになってしまい、消費者は全く救済されず、不当な勧誘行為を行った事業者の「やり得」を許してしまうことになり、取消権を行使した意味がなくなってしまいます。

第４　契約条項　（中間取りまとめ P.33 以下）

２．損害賠償額の予定・違約金条項（法第９条第１項）

(2)「平均的な損害の額」の立証責任

【意見】「平均的な損害の額」の立証責任は事業者が負うべきです。

【理由】第９条１号「当該事業者に生ずべき平均的な損害の額」については、消費者が立証責任を負うものとされていますが、当該事業者に固有の事情であり消費者が立証することは困難です。そもそも事業者が一定のコスト計算の上に提示している筈の損害賠償予定額であり、その正当性を証明することは、事業者にとっては困難でない筈です。不当な条項を許さないために、立証責任を転換すべきです。

４．不当条項の類型の追加（法第８条９条）　　（中間取りまとめ P.36～）

【意見】消費者の解除権、解約権をあらかじめ放棄させ又は制限する条項は、不当条項に加えて下さい。

【理由】契約時の説明と違っていたので解約したいが、契約書に「ご契約後のキャンセルは一切できません」との条項がある、との理由で解約に応じてもらえない、という事例は消費生活相談によく寄せられます。事業者に落ち度があるのにおかしな話です。消費者に認められた解除権は、消費者の重要な権利です。消費者の重要な権利である解除権・解約権を放棄させ、これを奪うような条項は、例外なく無効として下さい。

第５　その他の論点　　（中間取りまとめ P.44～）

１．条項使用者不利の原則

【意見】事業者により一方的に準備された定型約款や、個別交渉を経ることなく作成された条項については、条項使用者不利の原則を明確にしてください。

【理由】消費者契約法第３条には「契約条項の平易明確化」の努力義務が定められ、また、同時に「消費者の努力義務」も定められていますが、なお通常の方法による解釈ではどうしても理解できないような条項も見られる現状もあります。条項自体が多義的であることによるリスクについては、自ら契約条項を準備し使用している事業者が負うことを明確にすべきと考えます。

以上