

真に実効性のある消費者契約法の改正を求める決議

消費者契約法は、平成13年4月1日に施行され、本年4月で5年目に入っている。この間、学納金返還訴訟や敷金返還訴訟などで本法が積極的に活用・運用された結果、消費者の利益擁護の観点から画期的な裁判例が次々と出されており、本法の有用性ないし実効性については一定の評価をすることができる。

しかし、近年の消費者被害の件数は急増しており、その内容もますます多様化・複雑化の傾向にある。ところが、これらの消費者被害のうち、現行の消費者契約法の規定や解釈では救済が困難なケースや、新たな消費者被害の類型であるために対応できないケースが依然として少なくない。そこで、このように急増し多様化・複雑化する消費者被害を防止し救済するためには、消費者の利益擁護を直接の目的とする消費者契約法を、より柔軟かつ有効に活用できるように適切に改正することが強く求められている。

このような法改正の必要性は、「施行後5年を目途に見直しを図ること」とされた平成12年4月の衆参両院の附帯決議、及び消費者基本法の制定を受けて本年4月に閣議決定された『消費者基本計画』における「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こと」という要請にも合致するものである。

以上の観点から、消費者被害の防止・救済と消費者の利益擁護のために真に実効性のある消費者契約法とするために、以下の内容を取り入れた適切な改正をすべきである。

記

- 1 事業者に対して消費者に対する情報提供義務を課し、同義務違反の法的効果を定める。
- 2 事業者の不当勧誘に基づく取消事由として、不招請勧誘の禁止、適合性の原則、状況の濫用の法理、一般条項等を採用して、取消事由を拡大する。
- 3 不当勧誘に基づく取消要件を緩和する。
- 4 消費者の取消権の行使期間を延長する。
- 5 契約条項の解釈準則を明文化する。
- 6 不当条項リストを追加する。
- 7 不当条項リストの無効要件を緩和する。
- 8 実効化策として、消費者団体に不当勧誘及び不当条項使用の差止請求権並びに金銭請求権を認める。

以上の通り決議する。

2005年（平成17年）11月25日
近畿弁護士会連合会

提 案 理 由

第1 消費者契約法の制定と運用実態

1 消費者契約法は、平成12年4月に成立し、平成13年4月1日から施行されている。本法は事業者と消費者との間の情報の質、量並びに交渉力に構造的格差があることを正面から認めたいうえで、その格差を是正するために事業者の不当な勧誘行為について消費者に取消権を認めるとともに、消費者に不当な契約条項について無効とすることにより、消費者の利益擁護を図ることを直接の目的としている（1条）。本法は、事業者と消費者との間で締結されたすべての消費者契約（労働契約を除く）に適用される包括的な民事ルールである。

2 ところが、立法当時は、本法の立法趣旨である消費者の利益擁護という観点からすれば、必ずしも十分な内容といえないという批判的見解もあり、事業者側のみならず消費者側においても、「使えない法律」ではないかとの懸念があった。しかし、消費者問題に携わる弁護士や消費生活相談員らのPR活動や啓蒙活動により、本法が民法の特別法あるいは民法の延長法理であって、その活用・運用の仕方如何によっては消費者被害事件の救済にとって有効な対処手段となりうるということが次第に理解されるようになった。

特に全国規模に広がった学納金返還訴訟や敷金返還訴訟においては、裁判規範として本法の積極的活用ないし運用がなされた結果、授業料等の返還が認められたり、不当な敷引特約の無効が認められるなどの画期的な裁判例が次々と出されている。なお、本法施行以降現在まで、消費者契約法に関する裁判例は、すでに100件を超えている。また、消費者被害の相談現場でも、消費生活相談員らによるアドバイスの根拠として、あるいは事業者との交渉材料として一定の成果を上げていることが報告されている。

第2 現行の消費者契約法の限界・問題点

1 消費者契約に関する被害やトラブルは、ここ数年増加の一途を辿っている。国民生活センター及び全国の消費生活センターに寄せられた相談件数（P I O - N E T登録件数）は、消費者契約法が施行された平成13年度には65万5899件だったものが、平成16年度には183万2502件となっており、わずか4年で約2.8倍に急増している。これらの相談件数のうち、約8割が消費者契約に関する相談であるとされている。

ところが、このように消費者契約に関する事件が急増しているにもかかわらず、現行の消費者契約法の規定や解釈によっては被害救済が困難なケースも多く、また現代を反映したIT関連被害など新たな消費者被害の類型に対応できないケースも少なくない。例えば、現在社会問題としてマスコミに取り上げられている高齢者に対する悪質リフォーム被害や次々販売の被害実態をみても、クーリング・オフを規定している特定商取引法などの業法で規制できない事案が多く、かといって民法はもとより本法によっても救済が困難なケースがほとんどである。

2 このように急増し多様化する消費者被害を防止し救済するため、消費者の利益擁護を直接の目的とする消費者契約法が、真の意味で実効性のある法律となるよう現行法

の改正が強く求められている。

第3 消費者契約法の改正の必要性

- 1 消費者契約法が施行されてから来年4月で満5年となるが、平成12年の本法成立にあたって、衆議院商工委員会及び参議院経済産業委員会において、「施行後の状況につき分析・検討を行い、必要があれば5年を目途にその見直しを図ること」が附帯決議されている。また、平成16年6月に制定された「消費者基本法」を受けて、平成17年4月に閣議決定された「消費者基本計画」では、「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こと」が明記されている。内閣府では、附帯決議及び消費者基本計画を受けて、消費者契約法の改正に向けての作業が始められているようであるが、近弁連でも、急増し多様化する消費者被害に対して柔軟かつ効果的に対応できる「もっと使える消費者契約法を目指して」、消費者契約法の改正について研究・提言を行うべき適切な時期にある。
- 2 そこで、近弁連では、①消費者契約法に関する判例、②各地条例による規制例、③各種約款、④アンケート調査、⑤高齢者被害問題、⑥EU指令を中心とする外国法制、⑦団体訴訟制度の7つの観点から、それぞれ検討及び分析を行ったうえで、あるべき消費契約法についての改正試案を提案する。

第4 あるべき法改正の内容

- 1 近年急増し多様化・複雑化する消費者被害・消費者トラブルに対し、真に実効性のある法律とするためには、現行の消費者契約について、少なくとも次の事項を取り入れて改正する必要がある。
- 2 法改正すべき内容

(1) 事業者の情報提供義務

事業者と消費者の間の情報等の格差を前提とすれば、消費者契約の締結にあたり事業者から消費者に対して必要かつ十分な情報が提供されることは、消費者の適正な判断のために必要不可欠なことである。現行法3条では、事業者の義務として、契約内容の明確かつ平易化に配慮すること及び消費者の理解を深めるために必要な情報を提供する努力義務が定められているものの、情報提供が努力義務にとどまっていること、同条違反の効果が定められていないことから、十分に機能しているとは言い難い。そこで、事業者の情報提供義務を法文上明記し、かつ同義務違反の効果を法定すべきである。

(2) 不当勧誘に基づく取消事由の拡大

現行法4条の不当勧誘に基づく取消事由としては、誤認類型（不実告知・断定的判断の提供・不利益事実の不告知）及び困惑類型（不退去・退去妨害）だけであるが、これではトラブルが後を絶たない高齢者をターゲットとした訪問販売や若者に深刻な被害を与えるデート商法などの被害救済は図ることができないし、次々と出現する新しい不当勧誘の手口にも対応することができない。

そこで、不当勧誘に基づく取消事由を拡大する必要がある。具体的には、消費者の意向や希望を無視した不招請の勧誘行為を取消事由とすること（不招請勧誘の禁止）、また消費者の知識、判断力、経験等に照らして、不適当な勧誘行為を取消事由としたり（適合性の原則）、消費者が知識不足や判断力不足などの状況にあることを

知りながら、そのような状況を利用した勧誘行為を取消事由とすること（状況の濫用の法理）、あるいは信義則に反する態様の勧誘一般を取消事由とすること（一般条項）などが必要である。また、困惑類型についても、不退去・退去妨害以外の威迫行為や私生活等の平穩を害する行為などについても取消事由とすべきである。

(3) 不当勧誘に基づく取消要件の緩和

現行法4条の誤認類型については、特に取消要件が厳格であるので、取消範囲が狭くなり、消費者の利益擁護という本法の趣旨を全うできないおそれがある。そこで、不当勧誘に基づく取消要件を緩和すべきである。具体的には、断定的判断の提供の対象を拡大したり、不利益事実の不告知における事業者の故意の要件を緩和したり、不実告知や断定的判断の提供などにおけるの重要事項を拡大するなどして、取消要件の緩和を図るべきである。

(4) 取消権の行使期間の延長

現行法7条の取消権の行使期間は、短期（時効期間）6ヶ月、長期（除斥期間）5年と定められているが、消費者契約においては、問題が顕在化するまでに既に相当期間が経過していることが多く、現行法の取消期間では十分な救済が図れない。たとえ消費者が誤認に気付いたとしても事業者と交渉を継続したり、斡旋機関などを通じて手続を進めているうちに6ヶ月を経過することは十分あり得ることだからである。また、保険契約などは、契約締結後5年以上に誤認に気付くこともよくあることであり、近弁連によるアンケート調査でも、現行法の行使期間では不当勧誘の取消ができないケースがあるという回答が多く寄せられている。したがって、取消権の行使期間を延長すべきである。

(5) 契約条項の解釈準則の明文化

消費者の利益擁護を図るという消費者契約法の目的及び公平の要請からしても、消費者有利解釈の原則（作成者不利の原則）は当然の帰結であるから、明文化を要する。また、消費者契約の類型及び交渉の経緯等に照らして、消費者に予測することが期待できない契約条項については、契約締結後にトラブルになることが十分予想されるものであり、また実際そのような事例は多いことから、不意打ち条項の禁止についても明文化すべきである。

(6) 不当条項リストの追加

現行法8ないし10条の不当条項の規制は、具体的な禁止類型（不当条項リスト）の量が諸外国の立法例と比較して明らかに少なく、また現実に発生している消費者被害事例のバラエティーに鑑みると、例示規定として不当条項を追加する必要性が高い。そこで、消費者契約法施行後の裁判例等において10条違反とされた類型やその他消費者に不当に不利益な契約条項が使用されていることにより消費者トラブルが多発している類型を無効とすることで、不当条項リストをさらに追加すべきである。

(7) 不当条項リストの無効要件の緩和

現行法9条及び10条の無効要件について、これを緩和すべきである。具体的には、9条1号の立証責任の分配に関して不合理な結論を生ずることが学納金訴訟等において既に顕在化していることから、「平均的損害」について事

業者の立証責任ないし、少なくとも資料の提供責任があることを明文化したり、10条の要件が民商法の任意規定との比較を前提としているため、すべての契約条項についての受け皿である「一般条項」として機能することは無理があることから、10条所定の要件を緩和するなどして、不当条項が無効とされるための要件を緩和すべきである。

(8) 団体訴訟制度

消費者被害は、小規模かつ大量被害をその特徴としており、違法な勧誘や契約条項が原因で被害が生じたとしても、個々の被害者が自ら被害回復を図ることを躊躇する傾向がある。したがって、単に私人間のルール（私法ルール）を整備しただけでは、その実効性を確保することはできない。そこで、実効化手段として、消費者の利益擁護を図る消費者団体に一定の要件のもとで差止請求権を付与すべきである。

また、事業者の違法な勧誘や契約条項により多数の消費者に損害が生じたとしても、個々の被害金額が少額であることが多く、その回復をはかることが困難であることや、違法な活動をした事業者に不当な利得を保持させることは妥当でないことに鑑みると、消費者団体が金銭請求をなし得るような権利を付与すべきことについても早急に検討する必要がある。

第5 結語

以上から、急増し多様化・複雑化している消費者被害、なかでも消費者契約に関するトラブルを事前に回避し、仮に被害が発生した場合でも早期かつ有効な被害救済を図ることができるように、決議案のとおり、真に実効性のある消費者契約法の改正を早急に行うことを求めるものである。

以上