

施策の紹介

消費者契約法の概要

近年急増する契約・販売方法に関するトラブルと、それに十分対応しきれていない現行法制度（民法、個別法、各種の非法令的措置）の現状を踏まえ、平成六年から様々な検討が行われてきました。その結果、平成十二年四月二十八日に消費者契約法が成立しました。同法は本年四月一日に施行されました。

立法の背景・経緯

1 トラブルの現状

近年、高齢化、グローバル化、サービス化などの急速な進展に伴い、契約・販売方法に関するトラブルは増加しています。国民生活センターや全国の消費生活センターなどに寄せられた苦情・相談件数は平成十一年度で約四十六万件に達

していますが、そのうち八割強の約三十八万件が契約や販売方法に関するもので占められています。

2 現行法制度と問題点

これまで、適正な消費者契約の確保については、法令（民法、個別法）による対応のほか、各種の非法令的措置（例えば、国民生活センター・消費生活センターにおける相談受付体制の確立、国民生活審

議会の調査審議を踏まえた各業界の約款見直し）がとられており、一定の成果がみられます。しかし、これら従来の対応については、次のような問題点があります。

(1) 民法による対応

詐欺、強迫など民法の契約取消しの規定は要件が厳格で、消費者が事業者の不適切な行為による契約トラブルを解消することは一般

に困難です。

また、公序良俗違反、信義則違反ということで契約条項の効力を否定できますが、その概念は抽象的なため、契約の内容についてのトラブルを解決しようとした場合、司法の場に出てみないと結果が分かりにくいという難点があります。

(2) 個別法による対応

訪問販売等に関する法律や宅地



建物取引業法等の個別の消費者保護立法の適用範囲は、それぞれ特定の分野に限定されています。このため、個別法による対応は、脱法的な悪質商法、規制緩和の進展に伴い活発となるニュー・ビジネスについては、後手に回らざるを得ない状況です。

また、個別法における中心的な手法である行政規制については、

消費者の救済は反射的・間接的なものとどまり、契約の効力否定など私人間の権利義務に直接的な効果をもたらすものではない

政策運営の基本原則が事前規制から市場参加者が遵守すべきルールの整備へと転換しつつある中で、消費者政策といえども事前規制の新設・強化は厳しく抑制せざるを得ない

などの問題があります。

(3) 各種の非法令的措置

個人の権利は究極的には裁判機構という国家権力を通じて実現されますが、非法令的措置について

は、消費者が自ら自己の権利を実現するための強制力ある手段（裁判規範）として活用することはできませんので、結局、消費者トラブルの根本的な解決につながりません。

このような現状を踏まえて成立したのが消費者契約法です。

消費者契約法の内容

1 消費者契約法の意義

消費者契約のトラブルについてその原因を探ってみると、消費者契約における消費者と事業者の間で意思表示（申込みとそれに対する承諾）が形式的に合致していても、それらの表示から客観的に推断される意思の内容が、消費者の真意と必ずしも同じでない場合が多く見受けられます。

具体的には、契約締結過程においては、事業者の不適切な動機づけや影響力の行使によって、意思形成が正当になされないままに消費者が契約の申込み又は承諾を行

うことにより契約が締結され、また、契約条項については、消費者の意思表示に瑕疵がない場合であっても、消費者に著しく不利な内容の契約が締結されて、消費者が著しく重い義務を負ったり、本来有する権利を奪われたりしています。

このような問題が生じる原因としては、消費者契約の特性ともいえる、消費者と事業者との間に存在する契約の締結、取引に関する構造的な「情報の質及び量並びに交渉力の格差」（以下、便宜の観点から「情報・交渉力の格差」という）が挙げられますが、本法においては、この「情報・交渉力の格差」に着目し、消費者に自己責任を求めることが適切でない場合のうち、契約締結過程及び契約条項に関して、消費者が契約の全部又は一部の効力を否定することができるようになる場合を新たに定めることにしました。

2 適用範囲（第二条、第十一条）

本法では、消費者契約（消費者と

事業者との間で締結される契約）に当たる限り、労働契約を除いて（第十二条）、適用除外を設けず全取引を対象にしています（第二条）。

本法における「消費者」と「事業者」を区別する観点は、取引に関する「情報・交渉力の格差」ですが、第二条において、「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）のことをいい、「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と定義されています。

3 消費者契約の締結過程に係るトラブルの解決

現代社会のように、取引が多様化・複雑化する中で情報・交渉力の面で消費者と事業者との間に格差が存在する状況にあつては、契約の締結を勧誘するに当たって、事業者から消費者に対し、消費者が契約を締結するという意思決定をする上で必要な情報の提供が適

切になされないまま、契約が締結されるケースや、事業者が消費者の住居や勤務先から退去しなかったり、一定の場所から消費者を退去させなかったりして、契約が締結されるケースがあります。

このように、消費者が事業者の不適切な勧誘行為に影響されて自らの欲求の実現に適合しない契約を締結した場合には、民法の詐欺や強迫（同法第九十六条）が成立しない場合でも、契約の成立についての合意の瑕疵によって消費者が当該契約に拘束されることは公平性を欠くので、消費者は当該契約の効力否定を主張し得るとすることが適当です。

そこで、本法では、民法の詐欺や強迫が成立しない場合でも、消費者契約締結の勧誘に際し、事業者の一定の行為（不実告知、断定的判断の提供、故意の不告知、不退去、監禁）により消費者が誤認し、又は困惑した場合、消費者は契約の申込み又は承諾の意思表示

示を取り消すことができることを新しく定めました。なお、この取消権の行使期間については、第七条において、追認をすることができるときから六か月、契約締結のときから五年を経過したときに、時効により消滅すると規定されています。

事業者の一定の行為は次のとおりです。

【「誤認」類型】

不実告知

重要事項（注）について、事実と異なることを告げること（第四条第一項第一号）

断定的判断の提供

当該消費者契約の目的となるものに關し、将来における変動が不確実な事項（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など）について断定的判断を提供すること（第四条第一項第二号）

故意の不告知

重要事項又は重要事項に関連す

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を故意に告げないこと（第四条第二項）

（注）、 という重要事項とは、

当該消費者契約の目的となるものの内容又は取引条件であつて、当該消費者の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ことである（第四条第四項）。したがって、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さないような些細な事項について、不実告知や不利益事実の不告知を行つても、取消しの対象になるというわけではありません。

【「困惑」類型】

不退去

事業者に対し、消費者が、その住居又はその業務を行つ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、退去しないこと（第四条第三項第一号）

監禁

事業者が勧誘をしている場所から消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、消費者を退去させないこと（第四条第三項第二号）

4 消費者契約の契約条項に係るトラブルの解決

現代社会の消費者契約においては、契約当事者の一方である事業者が、大量取引を迅速かつ画一的に処理しながら安定した契約を確保するために、一定の場合に、自己の責任を免除若しくは軽減することにより、相手方である消費者の権利を制限し又は一定の義務を課すなど、経済的利益の配分を図っています。しかし、場合によっては、取引が多様化・複雑化する中で情報・交渉力の面で消費者と事業者との間に大きな格差が存在する状況において、事業者が適切なバランスを失し、自己に一方的に有利な結果を来す可能性も否定できません。



このように、消費者にとって不当な契約条項により権利を制限される場合には、消費者の正当な利益を保護するため当該条項の効力の全部又は一部を否定することが適当です。

本法は、消費者の利益を不当に害する契約条項については、無効とすべき条項を民法よりも具体的に規定し、不当な条項の効果を否定することをより容易なものとしています。

【消費者に対して事業者が損害賠償責任を負う場合（第八条）】

本条においては、消費者が損害を受けた場合に正当な額の損害賠償を請求できるように、事業者が消費者契約において、民法、商法等の任意規定に基づいて負うことになる損害賠償責任を特約によって免除又は制限している場合に、その特約の効力を否定しています。

具体的には、消費者契約において、以下に掲げる消費者の利益を不当に害することになる条項を無

効としています。

事業者の債務不履行や不法行為による損害賠償責任を全部免除する条項（第八条第一項第一号・第三号）

事業者の債務不履行や不法行為（故意又は重過失の場合）による損害賠償責任を一部免除する条項（第八条第一項第二号・第四号）
有償契約の目的物の隠れた瑕疵（請負契約においては仕事の目的物の瑕疵）による損害賠償責任を全部免除する条項（第八条第一項第五号）。なお、事業者が

瑕疵修補又は代物提供責任を負う場合や他の事業者が同様の責任を負う場合を除く（第八条第二項第一号、第二号）。

【事業者に対して消費者が損害賠償責任を負う場合（第九条）】

本条においては、消費者が不当な出捐（しゅけん）を強いられることのないよう、事業者が消費者契約において、契約の解除の際又は契約に基づく金銭の支払義務を消費者が遅延し

た際の損害賠償額の予定又は違約金を定めるときに、その額が一定の限度を超える場合、その限度を超える部分を無効としています。

具体的には、消費者契約において、以下に掲げる消費者の利益を不当に害することになる条項を無効としています。

契約の解除に伴う損害賠償額の予定のうち当該事業者が生ずる平均的な損害の額を超えるもの（当該超える部分（第九条第一号）
消費者が支払期日に遅れた場合、未払額に課される金利のうち一年一四・六％を超えるもの（当該超える部分（第九条第二号）

【その他の場合（第十条）】

消費者契約においては、第八条及び第九条以外にも無効とされるべき条項が想定されないとはいえないので、本条においては、消費者契約の条項が、民法等の任意規定よりも消費者の権利を制限し、又は義務を加重する条項であつて、信義則に反して消費者の利益

を一方的に害する条項である場合には当該条項を無効としています。

おわりに

急速な構造変化の過程にある我が国の経済社会の中で、消費者契約法が、真に規制緩和の時代にふさわしい消費者のための必要なシステムとなるためには、法を運用する消費者、事業者双方によって、民法、商法その他の民事ルールや個別法・制度と消費者契約法が相互補完的に活用されることが必要です。

また、本法第三条において事業者の情報提供努力義務と消費者の内容理解努力義務が規定されており、消費者、事業者の双方がこのような努力を行うことにより、消費者契約に係る紛争の防止に大きな役割を果たし、取引に当たっての消費者と事業者双方の信頼感が醸成されることを通して、経済活動の活性化に資することが期待されます。

（内閣府）