

2006年11月6日

消費者契約法の改正に関する提言

全国消費者団体連絡会
消費者関連法検討委員会

消費者契約法は、消費者取引全般を対象に、不当な勧誘行為により結んだ契約の取消し、不当な契約条項の無効を定めています。従来消費者関連法は、問題化した取引分野について後追的な対策を講ずるケースが多く、法のすき間を狙った悪質商法に対する規制が後手に回っていました。消費者契約法は、消費者取引全般を対象にした包括的なルールである点、消費者被害の救済につながる民事ルールである点で、従来消費者関連法とは違う特徴を持っています。消費者団体としても制定過程から大きな期待を寄せ、要望してきました。

しかし、実際に制定された消費者契約法は、事業者への配慮からさまざまな点で不十分さを残すものになってしまいました。そうした経過もあって、消費者契約法成立時の付帯決議には、5年後に見直しを行う旨が明記されました。

消費者契約法が施行されてから、今年の4月で5年が経過しました。この間、消費生活相談の現場での活用、大学の学納金訴訟、不動産の賃貸借契約における敷金返還訴訟などの訴訟での取組みにより、消費者契約法は消費者被害の救済に一定の役割を果たしてきました。しかし、その一方で、消費生活相談の件数は法制定当時から大きく増加し、手口の悪質化がいつそう進んでいます。そうした中で、被害の防止や救済のために消費者契約法をより効力のある法律にしていく必要があります。

おりしも、今年の通常国会で消費者契約法が改正され、消費者団体訴訟制度（団体訴権制度）が導入されました。団体訴権制度は消費者被害の拡大を未然に防止するための制度として、その活用によって消費者被害を減らすことが大いに期待されています。団体訴権制度の目的を果たすためにも、消費者と事業者の関係における消費者契約法のルールを消費者の権利をふまえ充実することが必要です。

全国消団連では、そうした観点を踏まえ、消費者関連法検討委員会のもとにワーキング・グループを設け、検討を積み重ねてきました。この提言は、ワーキング・グループでの検討をもとに、現状の問題点と消費者にとって望ましい消費者契約法改正の方向性を示したものです。今後国民生活審議会を中心に進められる法改正の検討に生かしていただくよう、要望いたします。

1. 「重要事項」の範囲について

< 現状の問題点 >

点検商法などの消費者トラブルが増えていますが、現行法第4条第4項では「重要事項」の対象が、商品・サービスの内容や取引条件に限定されています。したがって、屋根修理工事の勧誘における「屋根が壊れています」といった、契約の動機となる情報は「重要事項」の対象とならず、消費者契約法での対応が難しいケースもあるとされています。改正特定商取引法（2004年11月施行）では動機に関する不実告知も取消しの対象となりますが、指定商品・指定権利・指定役務に对象が限定されているという問題があります。

< 提言 >

契約の動機部分に対応できる条項として、第4条第4項3号に以下の趣旨のものを加える。

「当該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」

< 理由・解説 >

契約の動機に関する部分（例：屋根修理工事の勧誘における「屋根が壊れています」）についてウソを言って契約させる悪質商法は数多く、これに対応できる規定が必要です。

特定商取引法は、民法では対応しきれないことも踏まえて、動機部分も重要事項の範囲に含める形に改正されています。消費者契約法でも特定商取引法の規定を参考にしつつ、動機部分が対象となるよう立法的解決を図る必要があります。

< 事例1：床下換気扇の訪問販売 >

【相談概要】来訪した業者に排水管の清掃を5000円でしてもらった。3日後に同じ業者が来て、床下を無料で点検するというのでしてもらったところ、「床下が湿っていてシロアリの巣もある。このまま放置すると床が抜ける。戸建住宅は床下換気扇をつけることが義務づけられている」と言われ、床下換気扇排気型3個315000円の契約をした。翌日また業者が来て換気扇排気型2個、攪拌型5個90万円の契約を勧められ、相談する人もおらず契約をしてしまった。

【処理結果】業者が不実告知を認めず交渉が難航、床下換気扇の型式やメーカー名が契約時に知らされていなかったのでクーリングオフの判断ができないと主張して、既払い金の半額を解約金とすることで契約解除になった。

< 事例2：ケーブルテレビ >

【相談概要】いきなり業者が来訪し「マンションの住人皆にケーブルテレビに

ついて説明している。地上デジタル放送が開始されたので、このままだと3年後にはテレビが映らなくなる。ケーブルテレビに加入すれば見られる。各家の工事費は今なら無料、いつでも解約できる」と勧誘された。よく分からないまま契約したが、後日管理人に聞いたら加入は任意と分かった。また、自宅のテレビはチューナー内蔵でないため、地上デジタル放送を見るためには別にチューナーが必要と分かった。5日目に解約を申し出たら6か月分の利用料と工事代金・撤去費用を請求された。

【処理結果】通産省通達で指定役務の適用除外となっており、クーリングオフできない。事業者は約款をタテに6か月分の利用料金を請求、説明不足を主張して解約料金の減額交渉をしたが難航した。

2. 断定的判断の対象範囲について

< 現状の問題点 >

勧誘において「断定的判断の提供があった」として消費者が取消しを求められるケースは、現行法条文（第4条第1項2号）で例示されているものが「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」という経済的な事項だけであるため、その範囲は限定されるものと解釈されています。

< 提言 >

次の規定に改める。

「二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の締結について勧誘をするに際し、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」

< 理由・解説 >

価格などの経済的事項に限らず、成績やダイエット効果等についても法律（断定的判断の提供）の対象となるよう立法的解決を図る必要があります。そもそも、条文の例示部分では経済的な事項しか取り上げられておらず、それゆえに適用対象が限定して解釈されるおそれがあることが問題です。そのため、例示部分を削除することが必要です。これにより、将来における変動が不確実な事項全般について本条文を適用できるようになります。

3. 困惑行為の拡大について

< 現状の問題点 >

「困惑類型」として取消しが求められるケースは、不退去・退去妨害の2類

型に限定されており、親切ごかしの行為に基づく高齢者ターゲットの訪問販売やデート商法、販売目的隠匿型商法、電話勧誘販売などが対象とならないという問題があります。

< 提言 >

勧誘行為についても一般条項を設けることとし、第4条第3項本文を下記に改める。

「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、次の各号に掲げる行為のほか、消費者を威迫し、若しくは私生活又は業務の平穩を害するなど、信義則に反し又は公序良俗に反する態様で勧誘を行った場合で、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。」

< 理由・解説 >

販売目的隠匿型商法については、別項で困惑行為の1つに明記することになっていますが（7参照）親切ごかしの行為に基づく高齢者ターゲットの訪問販売やデート商法、不当な電話勧誘販売（例・執拗なもの、威迫的なもの）などに対応できるよう、勧誘行為についても一般条項を設ける必要があります。

事業者が悪意がなかったとしても、当該消費者の知識・判断力・経験が不足している状況を利用して勧誘し、トラブルとなるケースも増えています。こうした勧誘は、社会通念に照らしていえば信義則・公序良俗に反する勧誘といえます。上記の改正によって、このようなケース（状況の濫用）にも対応できるものと考えられます。

< 事例3：電話による勧誘 >

【相談概要】一昨日から毎日のように分譲マンションの勧誘の電話がある。断っても執拗にかかり迷惑。対応法を知りたい。はっきり業者の連絡先等を言わない。必要ないと電話を切っても直後にまたかかってくる。今日、直接訪問したいとの電話があり断ったが不安だ。

< 事例4：高齢者への次々販売 >

【相談概要】「隣家の1人暮らしで85歳のおばあちゃんが判断能力が不十分なことと難聴で業者の説明が理解できないまま、警備契約・浄水器・リフォーム工事など次々契約している」と相談があり、調べて把握しただけでも30件（1社で11件の契約もある）の契約があった。床下・居間に沢山のものが取り付けられており、その使い方も理解できない状況である。見つかった領収書をもとに業者に問い合わせても契約内容が明確にならない。

【処理結果】契約解除できたものもあるが、本人の意思確認が困難なため解決が難しい。

4．取消し期間の延長について

< 現状の問題点 >

現行法での取消権の行使期間は「追認をすることができる時（＝誤認や困惑が解けた時）から6ヶ月間、契約締結の時から5年間」と定められていますが、問題に気がついてから取消しできるまでの期間が短く、取消し行使期間に間に合わないケースが多く見られます。

< 提言 >

取消し行使期間を「追認をすることができる時から2年間」に延長する。

< 理由・解説 >

相談現場での状況から見て、現行法では取消し行使期間に間に合わないケースも多いため、取消し行使期間を「追認をすることができる時から2年間」に延長する必要があります。

5．情報提供義務について

< 現状の問題点 >

現行の条文は努力規定であって、たとえ事業者の情報提供に不足があっても、「不利益事実の故意の不告知」（第4条第2項）に該当しない限り、契約の効果には影響しないという問題があります。

< 提言 >

現行法の情報提供義務を法的義務に改める。

義務違反があった場合、重要事項であって、消費者にとって不利益な事実を告知しなかった場合には取消権を付与する（現行の「不利益事実の不告知」の要件から、利益となる事実との関連性や故意に関するものを除く）。それ以外の場合には民法の一般原則による損害賠償責任の適用により解決を図る。

< 理由・解説 >

消費者と事業者との情報力・交渉力等の構造的格差をふまえれば、事業者は消費者に対して情報提供義務を果たす必要があります。一方、情報提供義務について現行法は努力規定にとどまっており、この点をより明確にする必要があ

ります。

ただし、幅広く情報提供義務を課する場合、義務違反の場合の効果として一律に消費者に取消権を付与することは無理があると考えられます。民事訴訟において、取消しは可否が一律的に判断され救済が限定されてしまいますが、損害賠償による救済は過失割合を考慮され救済が得られるなど、被害実態に即して柔軟に対応してもらうことが可能になります。このため、上記のように整理して提言しています。

<判例1：事業者の説明不足（大津地裁平成15年10月3日）>

【事件の概要】厚生労働省の教育訓練給付制度の利用を希望して被告のパソコン講座を受講したが、被告の説明不足のために、同制度を利用することができなかったとして、被告に対し、受講料相当の損害金及び弁護士費用並びに遅延損害金の支払を求めた。

【判決の内容】消費者契約法施行前の事案であったが、同法1条・3条1項・4条2項の趣旨を根拠とし、教育訓練講座の運営者は、厚生労働省の教育訓練給付制度の利用を前提とした受講内容の問い合わせを行った者に対し、同給付制度の説明及びその対象講座について具体的かつ正確に説明すべき義務があり、その者が本件給付制度を利用できない予約制を申し込んで受講したとしても、申込み時に十分な説明を怠ったときは、それによる損害について賠償すべき義務があるとし、損害賠償の一部を認容した。

6．立証責任の転換・軽減について

<現状の問題点>

不当勧誘行為があったこと、商品・サービスについて事業者が予め説明した性能・効用がなかったこと、解約の際の平均的損害額などの立証責任について、現行法には明文の規定はありませんが、これらを消費者が証明することは難しいと言われてしています。

<提言>

(1) 優良誤認関係

事業者が消費者に対して商品・サービスの品質・内容の優良性について告げた場合、その優良性についての立証責任が事業者にあることを明確にする。

(2) 平均的損害額関係

解約に伴う平均的損害額の立証責任が事業者にあることを明確にする。

<理由・解説>

(1) 不当勧誘行為があったこと

「不当勧誘行為自体がなかったこと」を立証するのは難しく、「不当勧誘行為自体がなかったことを立証しなければ、不当勧誘行為があったとみなす」という枠組みにすること（立証責任を一時的に事業者に転換すること）は困難と考えられます。ただし、事業者が消費者に対して商品・サービスの品質・内容の優良性について告げた場合については、事業者がその内容を立証すべきであり、上記のように整理する必要があります。

(2) 商品・サービスに事業者が予め説明した性能・効用がなかったこと

改正景表法や改正特商法の条文は、商品の性能やサービスの効用について、「事業者であれば立証ができるだけの根拠を持っていて当然」という価値判断に立っています。他方、現行の消費者契約法の条文は、この点に関する立証責任について特に規定を設けていないため、消費者に立証責任があると解釈されてしまいます。これを改め、事業者に立証責任があることを明確にすべきと考えます。

(3) 解約の際の平均的損害額

消費者と事業者との情報の構造的格差を踏まえれば、解約時の平均的損害額がいくらかを消費者が立証することは不可能です。解約時の平均的損害額の立証について、消費者が立証をしなかったために敗訴とされた例は少ないと思われませんが、立証責任を消費者に認めた判決もあり、この点からも事業者に立証責任があることを明確にすべきと考えます。

<判例2：平均的損害額の立証（仙台地裁平成16年3月30日）>

【事件の概要】大学合格後、入学を辞退した受験生が、消費者契約法第9条1号、第10条等により前納した入学金と授業料の返還を求めた。

【判決の内容】授業料の不返還特約は消費者契約法第9条1号に違反するとして返還を命じた。しかし、入学金については「入学資格を得た対価」として返還を認めなかった。また、平均的損害額の立証責任は事業者側にあるとした。

<判例3：平均的損害額の立証2（大阪地裁平成16年11月18日）>

【事件の概要】専門学校に入学した後、2学年の授業料の内金を支払ったが、その後2学年に進級する前に退学したとして、不当利得返還請求権に基づき支払った内金の返還を求めた。

【判決の内容】進級前の退学により、既納付授業料については教育役務等の反

対給付を受けていない限りその返還を求めることができるとし、当該既納付授業料を返還しない旨の特約は消費者契約法9条1項により無効であるとし、返還を命じた。

条文の構造等を理由として立証責任を消費者に負わせるが、平均的損害が発生していないと事実認定して、授業料の返還請求を認めた。

7. 不招請勧誘・再勧誘について

< 現状の問題点 >

不当勧誘行為に関して、現行法では不招請勧誘に関する規定は定められていませんが、訪問販売など、突然事業者がやってきてトラブルになるケースが急増しており、こうしたケースへの対応が必要となっています。

< 提言 >

取消しを認める困惑行為の1つとして、第4条第3項3号・4号として以下の趣旨のものを加える。

「当該事業者が、当該消費者に向けた勧誘を行うに先立って、当該事業者の提供する商品やサービスの勧誘をする目的である旨を告げないこと」

「当該事業者に対し、当該消費者が、当該事業者の提供する商品やサービスの勧誘を希望しない旨の意思を表示したにもかかわらず、繰り返して当該消費者に向けた勧誘を行うこと」

< 理由・解説 >

訪問販売という販売形態が慣行として広く行われている現状を踏まえると、消費者取引全般について不招請勧誘を禁止することは難しいのではないかと考えられます。

しかし、訪問勧誘や電話勧誘によって消費者が自由を束縛されるのはメール勧誘以上であり、少なくとも迷惑メール防止法で採用されたようなオプトアウト方式を導入することが必要と考えます。具体的には、勧誘を希望しない（購入の意思がない）消費者に対して繰り返し勧誘を行い、消費者がそれによって困惑し契約した場合は取消しができる旨を明記する必要があります。

上記のルールが機能するためには、消費者が勧誘を希望しない旨の意思を表示できる機会が保障される必要があります。あらかじめ販売目的である旨が消費者に対して明示されることが前提となります。販売目的隠匿型商法については従来から問題が指摘されており、消費者がそれによって困惑し契約した場合にも、取消しを認めることが必要です。

8．適合性原則について

< 現状の問題点 >

不当勧誘行為に関して、現行法では適合性原則に関する規定は定められていませんが、高齢者等に対して、ハイリスクの金融商品など本来不要な商品・サービスを契約させ、トラブルになるケースが急増しており、こうしたケースへの対応が必要となっています。

< 提言 >

以下の条項を設ける。

「事業者は、消費者との取引に際して、消費者の年齢、知識、経験及び財産の状況等に配慮した勧誘を行わなければならない」

< 理由・解説 >

適合性原則をめぐる問題は、商品選択問題と説明問題に分けられます。商品選択問題とは、消費者に対してその消費者にあった商品を勧誘すべきという問題であり、説明問題とは、その消費者にあった形で適切な説明をすべきという問題です。例えば、外国為替証拠金取引などは、高齢者に対してハイリスクな取引を勧誘するという点で、説明問題以前の商品選択問題と言えます。

説明問題・商品選択問題は消費者契約においていずれも重要な問題であり、一般的な規定を設け、事業者の自覚を促す必要があると考えます。

抽象的な規定ということもあり、法律の効果については、取消権に結び付けることは難しいと考えますが、上記の条項に違反した場合には、民法709条（不法行為による損害賠償：故意又は過失によって他人の権利又は法律上保護される利益を侵害した者は、これによって生じた損害を賠償する責任を負う）の要件に該当する範囲で、事業者は損害賠償責任を負うものと考えられます。

「高齢者や判断不十分者に取消権を付与すべき」という意見もありますが、高齢者や判断不十分者の境界が難しい、保護の対象とする＝権利の一定の制約につながるという面もあるため、一般原則で解決をはかることとします。

< 事例5：外国為替証拠金取引 >

【相談概要】「外貨建て預金で毎月10万円儲かる」と執拗に電話がある。先物なら怖いからいらぬと言ったら、「危険な商品ではない、外国ドルを買うが必ず儲かる。下がることもあるが安心できる商品」と勧められ、70万円渡した。追証を求められ150万円を2度振り込んだが、3ヶ月で半額以下になった。

【処理結果】事業者は「必ず儲かるなどの説明はしていない、テープにとってある」と断定的判断の取消しを認めず、「50歳代では適合性の原則にも該当しな

い。裁判になっても負けないし、徹底的に戦う」と主張。消費者は裁判という言葉にしり込みをしてしまい、わずかの手数料の返還で納得してしまった。

<事例6：エステの中途解約>

【相談概要】2年前に「体脂肪が32もありこのまま放置しておく代謝も悪いので将来病気になる」といわれ、病気になったら困ると思い痩身エステと健康食品を契約した。仕事の都合で施術に定期的に来られないと言ったら家で使った方がよいと痩身器具を勧められた。お金がないと断ったが執拗に勧められ断れなかった。半年後に追加の痩身を勧められた。そのときは失業中で支払えないという夜のバイトをするよう言われた。何度も断ったが断りきれず契約。

【処理結果】業者は消費者に会って話をし、消費者の主張にウソがないことは認めたが契約が2年前であるので請求金額から解約料を減額するが、それ以上については一切応じない。

9. 不当条項について

<現状の問題点>

現行法では不当条項を無効とするルールとして、第8条～第10条が置かれています（第8条は事業者の損害賠償責任を全部または一部免除する条項、第9条は消費者が債務不履行をした場合に過大な違約金を課す条項、第10条は一般条項）が、消費者にとって不意打ち的な条項について「契約書に書いてあるので問題ない」として交渉に応じない事業者なども存在しており、トラブル解決に支障をきたしています。

具体的には、ブラックリストに掲げてある条項が少ない、一般条項（第10条）の規定が複雑（民法・商法などに規定のない契約とみなされると、本条の適用外と扱われるおそれがある）、といった問題があります。

<提言>

（1）ブラックリストの見直し

「これに該当する契約条項を、評価の余地なく直ちに無効とするもの」として、別表1の条項を対象に追加する必要があります。

（2）グレーリスト（無効推定条項）の創設

「これに該当する条項につき不当条項であることを推定するが、事業者の反証により不当条項とならない余地を認めるもの」として、別表2の条項を新たに設ける必要があります。

(3) 一般条項

消費者契約法 10 条を、下記に改める必要があります。

第 10 条 1 消費者契約の条項が、信義誠実の原則に反して消費者に不当に不利益なものとなる場合は、これを無効とする。

2 消費者契約の条項が、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場合、消費者に不当に不利益なものであると推定する。

(4) 「契約条項の作成者不利の原則」

以下の条項を設けます。

「消費者契約の条項について、合理的な解釈がいくつか成立する場合は、消費者にもっとも有利に解釈する」

< 理由・解説 >

(1) ブラックリストの見直し

ブラックリストとは「これに該当する契約条項を、評価の余地なく直ちに無効とするもの」ですが、一般条項(第 10 条)に比べて具体的な規定であるため、消費者にとっては活用しやすく、充実が求められます。現行法の規定では、ブラックリストとして 5 類型が掲げられていますがこれでは不足であり、消費者トラブルの実態に即して追加する必要があります。

【別表 1】

不意打ち条項

< 例 > 有料放送サービス契約における「3 年間の会員契約をしていただける方のみ、初期費用が無料になります。尚、中途解約の場合、退会手数料と契約期間別の（貸与端末の）買取費用がかかります」というような条項

事業者の損害賠償の責任を免除する条項

～消費者の生命・身体に生じた損害に関わるものを追加

消費者の法定の解除権を一切認めない契約条項

< 例 > 「理由の如何を問わず契約の解除は一切認めません」というような条項

消費者の法令上生ずる抗弁権等を侵害する下記の条項

- ・法令上有する同時履行の抗弁権、留置権、相殺権の排除・制限
- ・事業者の作為義務を内容とする契約で事業者の地位を消費者の同意なく第三者に移転することの容認

・事業者の債権を消費者の同意なく第三者に譲渡することの容認
<例> 銀行取引約款における、銀行預金と貸付金の相殺禁止（消費者から相殺を求めることを禁止）の規定
ペットの売買契約で、購入後すぐに病気で死んだ場合における、約款の「いかなる理由があってもクレジット会社への支払を止めることはできません」というような規定

消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項

～消費者の過失を問わずに損害の全額を一方的に賠償させるものを追加

<例> クレジットカードの盗難時の規定

包括的保証契約条項

管轄裁判所を限定する条項

(2) グレーリスト（無効推定条項）の創設

契約条項は事業者がつくることから、一般的に言って事業者有利につくられ、消費者にとって合理性がない規定が盛り込まれるケースも見受けられます。したがって、問題があると思われる規定については、その合理性を事業者に立証させ、事業者が立証できなければ無効と扱うグレーリストを設ける必要があります。現行法の規定では、グレーリストに関する規定はありませんが、消費者トラブルの実態に即してグレーリストを新設するべきです。

【別表2】

契約条項の一方的変更権を事業者に認める条項

<例> 旅行契約における旅行内容の変更

事業者の損害賠償の責任を免除・制限する条項

～ブラックリストに該当しないものを「不当に不利益」と推定

<例> ソフトウェアのライセンス契約において、損害賠償責任の範囲を著しく低額に限定している例

消費者の法定解除権を制限する条項ほか

～継続的製品供給・役務提供契約において中途解約を認めないものを含む

<例> 「受講期間を終了した場合、いかなる理由であっても解除できません」というような条項

消費者の利益や考慮の機会を侵害する下記の条項

- ・消費者の期限の利益を奪うもの
- ・消費者の一定の作為・不作為により一定の意思表示の有無をみなすもの
- ・消費者の利益に重大な影響を及ぼす事業者の意思表示のみなし到達

<例> 「この契約上の義務の一に違反したときは、何らの催告を要することなく本契約上の債務のすべてにつき期限の利益を喪失する」というような条項

消費者の権利行使や意思表示の要件などについて制限を設ける条項

<例> 書面による意思表示のみを認める条項や、診断書の添付に関して発行病院を限定する条項（ペットの売買契約など）

（３）一般条項

現行法の規定では、「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消費者契約の条項」であること、「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」であることの２つの要件を満たす必要がありますが、要件を軽減する必要があると考えます。

提言案では、信義誠実の原則に反する条項を無効とする旨を基本的要件とし、民法・商法その他の民事ルールより消費者にとって不利益と考えられる条項は、事業者がその合理性を立証できない限り無効と扱うという構成にしています。

（４）「契約条項の作成者不利の原則」

立法時にも異論のなかった論点ですが、契約条項の解釈をめぐるトラブルになるケースは依然として多いことから、「契約条項の作成者不利の原則」は法に明記すべきと考えます。

10. その他

<提言>

3～5年ごとの見直し条項を設ける。

<理由・解説>

近年の消費者契約をめぐる状況の変化は大きく、状況に応じて迅速に法律の見直しができるようにしておくことが重要と考えます。

【参考：改正を求めない事項】

消費者契約法については、提言の各項目に掲げた事項以外にも、(a)消費者の定義、(b)「勧誘」の定義の2点が、問題点として指摘されてきました。消費者関連法検討委員会及びワーキング・グループでは、この2点についても法改正が必要であるか否かについて検討してきましたが、最終的には法改正は不要であるとの結論に達しました。以下、各項ごとに検討の結果を述べています。

(a)「消費者」の定義について

<現状の問題点>

内職商法・マルチ商法に関する相談、個人事業者で営業と直接関係しない商品・サービス（電話機のリース契約など）について不本意な契約をさせられた相談も増えていますが、消費者契約法の対象となるのか微妙です。

<考え方>

現行法通りとし、解釈で対応する。

<理由・解説>

消費者契約法は消費者と事業者との構造的格差を念頭に立法された法律であり、小規模事業者を含めることは「小規模事業者」の線引きが難しく、法律の性格が曖昧になるおそれがあります。

開業準備のための行為は事業者の行為とみなさず消費者契約であると認めた判例や、すでに営業していない個人事業者が事業者として結ばされた電話機リース契約について消費者契約法を適用した判例もあり、判例の積み重ねで対応する方向でよいと考えます。

<判例 (a) - 1 : パソコン内職 (大阪簡裁平成 16 年 1 月 9 日) >

【事件の概要】パソコン内職をすれば月々5万円以上の収入になると言われ、教材を購入したが、その収入が稼げなかった。クレジット会社に既払い金の返金を求めた。

【判決の内容】消費者契約法第4条2項(不利益事実の不告知)により取消し、クレジット会社に対し代金の返還を命じた。

<判例 (a) - 2 : 電話機リース契約 (大阪簡裁平成 16 年 10 月 26 日) >

【事件の概要】販売会社従業員は被告(消費者)に対し、「光ファイバー」敷設と電話機は全く関係がないにもかかわらず、「光ファイバー」を敷設すると被告

が従前使用していた「アナログ電話」が使用できなくなり、「光ファイバー」に対応している「デジタル電話」は「FX」しかないとの虚偽の説明をした。そのため被告は、販売会社従業員の説明する「デジタル電話」である「FX」に買い換えることにし、リース会社と100万円以上もする電話機のリース契約を締結することとなった。ところが、後日、被告が虚偽説明に気づいたため、リース契約を消費者契約法4条に基づき取り消し、支払いを拒絶したところ、リース会社がリース料の支払いを求めて訴訟を提起した。なお、被告は既に事業を廃止していたにもかかわらず、販売業者従業員は被告に対し個人事業者としてリース契約書に記入するよう指示していた。

【判決の内容】(1) 販売業者従業員が被告に対し、リース契約書に「個人事業者欄への記載」を勧め、被告がそれに従ったこと (2) リース契約申し込みの勧誘から契約書、リース物件借受証の作成・授受、契約内容の説明などは全て販売業者が行っていてリース会社と被告とが直接交渉をしたことがないこと (販売業者とリース会社との一体性の認定・業務提携関係) (3) 本件リース契約は事業者であるリース会社(原告)と消費者である被告との間での消費者契約であること (4) 商品の価格が著しく高額であることや被告や被告側証言の信用性を肯定したこと等から、販売業者従業員の不実説明を認定して消費者契約法4条1項1号により本件リース契約の申し込みの意思表示の取消しを認めた。

(b)「勧誘」の定義について

<現状の問題点>

「勧誘」の定義は消費者契約法本文にはありませんが、内閣府発行の『逐条解説 消費者契約法』によると、不特定多数向けの広告・表示は「勧誘」に含まれないと解されています。しかし、消費者がチラシ等で誤認し、トラブルとなるケースも見られます。

<提言案>

現行法通りとする。ただし、内閣府の逐条解説を修正し、不特定多数向けの広告・表示も勧誘に含まれることを明確にする。

<理由・解説>

広告や表示も対象に含む必要がありますが、法律を改正しなくとも、解釈によって対応が可能であり、パンフレットの記載による勧誘トラブルについては消費者契約法第4条1項1号の適用が検討されたケースもあります。よって、法改正は不要と考えます。

ただし、内閣府の逐条解説の表記によって解釈が限定されるおそれがあり、これを修正する必要があります。

<判例 (b) - 1 : パンフレットによる勧誘 (京都簡裁平成 14 年 10 月 30 日) >

【事件の概要】 仲裁センター発行のパンフレットに記載された絵には当事者が同席して仲裁手続きが行われるものと誤信させる絵が描いてあるが、事実と異なり不実告知に該当するとして取消しを求めた。

【判決の内容】 問題となった絵は誤認を生じさせるものではないとして、消費者契約法第 4 条 1 項 1 号 (不実告知) による取消しを認めなかった。