

明大からの処方箋

Prescription from Meiji University

有賀恵美子

1 消費者契約とは

消費者契約とは、契約の中でも特に「消費者と事業者との間で締結される契約」を指します。消費者と事業者との間には取引に必要な情報力と交渉力に格差があるため、形式的には両者の合意によって契約が成立したといえる場合でも、実際には消費者にとって不必要であったり不利な契約が締結されるおそれがあります。消費者をターゲットとした悪質な商法も跡を絶ちません。

具体的に消費者契約トラブルが問

題になる場面としては、次の二つが

考えられます。まず一つは、契約締結過程です。情報力と交渉力において優位にある事業者が、消費者にとって必要な情報を適切に提供しなかったり、強引な勧誘行為によって契約を締結しようとする場合があります。二つ目は、契約条項の内容が不当な場合です。消費者契約においては、事業者によって予め定型化された契約条項(約款)が用いられることが多いですが、消費者がその内容を完全に理解することは容易ではなく、

仮に理解したとしても、その内容を

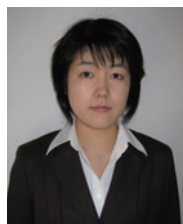
変更してもらうことはほとんど不可能です。

本稿では、こうした消費者契約トラブルに対する法律の対応について、特に消費者契約法を中心に概観したいと思います。

2 消費者契約トラブルに対する法律の対応

(1) 民法による対応

民法は、消費者契約に限らず、すべての契約関係に対して一般的に適用される規定です。先に挙げた契約



Emiko Ariga

法学部准教授 民法専攻

1972年 東京都生まれ
1994年 明治大学法学部法律学科卒業
1996年 明治大学大学院法学研究科
博士前期課程終了
1999年 同博士後期課程単位取得退学
明治大学法学部専任助手
専任講師を経て、
2007年より現職

【主な著書】

『契約交渉破棄事例における約束的禁反言の適用—アメリカの判例分析を中心に—(一)～(三・完)』法律論叢75巻2・3合併号、同4号、同5・6合併号
『論点体系 判例民法5契約I』(共著)

【所属学会】

日本私法学会、日本消費者法学会

「市民と法律」Ⅲ

消費者契約トラブルに対する法律の対応

締結過程と契約条項の問題についても、民法で対応可能なものがあります。契約締結過程において消費者の自由な意思形成が妨げられたといえる場合には、詐欺・強迫(民法96条)、錯誤(同95条)、および公序良俗違反(同90条)によって、消費者が自身の意思表示の取消しや無効を主張することができます。また、契約条項の内容が不当と評価される場合には、信義則違反(同1条2項)としてその契約条項の効力が制限されたり、公序良俗違反で契約条項の効力そのものが否定される可能性があります。

しかし、一般法である民法は、契約の主体として「対等な当事者」を予定しているため、一度なされた意思表示の効果を覆すための要件はとても厳格です。信義則や公序良俗に関する規定については、その内容が抽象的なため、問題となっている契約条項の効力が制限されるかどうかは、実際に裁判で争ってみないと分からないという不便さもあります。

(二)各種業法による対応

業法とは、特定の業種を対象とし、その業界の取引秩序維持を目的として監督官庁に一定の権限を与える法律です。たとえば、「特定商取引に関する法律(特定商取引法)」や「割賦販売法」がこれに当たります。業法は、事業者に対して免許、許可、登録、届出などの義務を負わせたり、広告規制や表示規制をかけるなど、行政規制がその中心です。

消費者契約トラブルで特に問題になることの多い①訪問販売、②通信販売、③電話勧誘販売、④連鎖販売取引(マルチ商法)、⑤特定継続的役務提供契約(エステティックサロンや語学教室など)、⑥業務提供誘引販売取引(内職・モニター商法)については、特定商取引法がこれを規制しており、業者には、氏名等の表示義務、契約内容を明らかにした書面の交付義務、誇大広告の禁止など、各種の規制がかけられています。同じく消費者契約トラブルの多いクレジット取引については、割賦販売法による行政規制があります。

特定商取引法と割賦販売法には、クーリング・オフ(契約者が、申込み等の後一定の期間に限り、申込みの撤回や契約解除を行うことができる制度)のような民事ルールが定められていますが、一般的に業法の中心はあくまでも行政による事前規制です。また、業法は、特定の事業者を規制対象としているため、新手の悪質商法には対応できないという限界があります。

(三)消費者契約法による対応

民法が包括的・一般的な民事規定であるのに対し、消費者契約法は、消費者契約固有のトラブルに対応するための規定です(消費者契約法に特段の定めがない事項については、民法を適用)。また、業法が行政による事前規制を中心としているのに対し、消費者契約法は、消費者と事業者間に直接的に私法上の効果をもたらします(業法に消費者契約法と抵触する規定がある場合は、業法を優先適用)。

契約締結過程で生じる問題に関し

明大からの処方箋

て、消費者契約法は、①誤認による取消し(消4条1・2項)と②困惑による取消し(同4条3項)を規定しています。いずれも、民法上の詐欺や強迫よりも緩やかな要件で消費者に意思表示の取消しを認めるものです。①誤認による取消しとは、契約締結過程(事業者の勧誘)において、事業者による情報提供に問題がある場合に認められる取消事由です。事業者が、(ア)不実告知、(イ)断定的判断の提供、(ウ)不利益事実の不告知のいずれかの行為を行い、これにより消費者が誤認をした場合には、その誤認に基づく契約の申込み又は承諾を取り消すことができます。②困惑による取消(同4条3項)とは、契約締結過程において、事業者による不適切な勧誘行為が行われ、これにより消費者が困惑してなした契約の申込み又は承諾の取消しを認めるものです。(エ)不退去と(オ)退去妨害が取消事由として認められています。

不当な契約条項に関しては、消費

者契約法は、民法上の信義則や公序良俗とは異なり、契約条項が全部あるいは一部無効となる場合を具体的に列挙している点に特徴があります(同8・9条)。さらに、そのような具体的列挙とは別に、民法上の信義則に違反して消費者の利益を一方的に害する条項は無効にするという一般規定を設け(同10条)、不当条項を広くカバーしようとしています。

以上は、個別的・事後的に消費者被害を救済する規定ですが、消費者契約トラブルには、同種の被害を多数の者が被るといふ特殊性があります。そこで、同種紛争の未然防止と拡大防止を図るため、一定の適格消費者団体に事業者の不当行為の差止請求権が認められています(同12条)。

3 法改正の動き

近年、悪質な訪問販売でクレジットを利用した高齢者が過剰与信によって深刻な被害を受けるケースが増加していることから、特定商取引法と割賦販売法が連動して改正されま

した(平成20年6月18日公布、同21年12月1日全面施行)。主な改正点は、特定商取引法における訪問販売、通信販売、電話勧誘販売について、従来は規制対象となる商品等が限定されていたが、そのような限定が廃止されたこと、割賦販売法が個別クレジット業者に対して加盟店の調査を義務づけ、過剰与信を禁止する等したことです。

また、現在、法務省の法制審議会では、民法(債権関係)改正についての検討が行われており、ここでは消費者契約に関する特則を民法に取り込むことの是非についても議論されています。

消費者保護の実効性を確保するためには、このような法整備はもちろんのこと、消費者の相談窓口の拡充や、裁判外における利用しやすい紛争解決システムの構築にも期待したいところです。

消費者契約法による規律の適用例

契約締結過程	誤認	不実告知	事故車ではないという業者の言を信じて中古車を購入したところ、実際は事故車であった場合
		断定的判断の提供	金融取引において、「絶対に値上がりする」などの断定的判断が告げられた場合
		不利益事実の不告知	隣地に高層建物建設の予定があることを知っている業者が、これを故意に告げずに、「眺望・日当たり良好」と告げてマンションを販売した場合
	困惑	不退去	消費者が住居から退去して欲しいと告げているのに、事業者がこれに従わずに勧誘を行う場合
		退去妨害	キャッチセールスでビルの一室に連れて行かれた消費者が帰りたいと告げたのに、事業者がこれを帰さずに勧誘を行う場合
不当な契約条項	契約条項の全部無効	事業者の債務不履行に基づく損害賠償責任の全部を免除する条項	
	契約条項の一部無効	消費者契約の解除に伴う損害賠償額予定条項または違約金条項について、解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害額を超える部分	
	消費者の利益を一方的に害する条項の無効	消費者からの契約解除を制限する条項	

参考文献●河上正二編『改正特商法・割版法対応 実践 消費者相談』(商事法務、平成20年)、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編『改正特商法・割版法の解説』(民事法研究会、平成21年)、消費者庁企画課編『逐条解説 消費者契約法(第2版)』(商事法務、平成21年)。