

第1章

「消費者契約法」とは

事例

Aさんは、消費者問題に関心がありますが、契約ルールとして「消費者契約法」があることを知りました。そこで、つぎのような疑問がうまれました。契約についてのルールは、すでに民法などがあるのに、いまだどうして「消費者契約法」が必要なのだろうか。また、その内容はどのようなものなのか。これまでとなりが変わり、消費者にとってどれだけ意味のある立法なのだろうか。

問題点

- 消費者契約法が制定されるまで
- これまでの契約ルールとその問題点とは
- 消費者契約法の必要性とは
- 消費者契約法のポイントとは
- 消費者契約法の効果とは
- 消費者契約法の課題とは
- 平成18年改正
- 平成20年改正

消費者契約法



■消費者契約法

【目的】

第1条

この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差に堪がみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができることとするともに、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とするほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができることとするにより、消費者の利益の擁護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

【附則】

この法律は、平成13年4月1日から施行し、この法律の施行後に締結された消費者契約について適用する。

【附則】

(平成 18・6・7 法 56)

【施行期日】

1 この法律は、公布の日から起算して1年を経過した日〔平成19年6月7日〕から施行する。

【検討】

2 政府は、消費者の被害の状況、消費者の利益の擁護を図るための諸施策の実施の状況その他社会経済情勢の変化を勘案しつつ、この法律による改正後の消費者契約法の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

■民法

【基本原則】

第1条

- ①私権は、公共の福祉に適合しなければならない。
- ②権利の行使及び義務の履行は、信義に従い誠実に行わなければならない。
- ③権利の濫用は、これを許さない。

【公序良俗】

第90条

公の秩序又は善良の風俗に反する事項を目的とする法律行為は、無効とする。

解説 1

消費者契約法が制定されるまで（立法の背景）

(1) 消費者「保護」から消費者「権」へ
昭和43年（1968）、消費者行政の基本法である「消費者保護基本法」が制定されました。これ以後、この法律（以下「基本法」）にもとづいて消費者行政がおこなわれ、商品やサービスの安全・品質に関する規制、消費者取引のルールの整備や規制が進められてきました。消費者保護基本法のもとでは、規制や整備は、行政が事業者の活動に関与したり、介入するといった方法でおこなわれました。ですから、この当時の消費者法の特徴は、行政法・行政中心主義であったといえます。ここでは、規制の主体は、各産業分野の主務官庁でした。たとえば、訪問販売や割賦販売の分野は通産

省、貸金業の分野は大蔵省というように、主務官庁が特定の産業分野のコントロールをおこないながら、消費者保護をはかってきたのです。

しかし、基本法が制定されて30数年が経過し、消費者問題や環境問題といった生活にかかわる問題への一般の人々の関心は、とても広く、また深くなりました。私たちがイメージする消費者像そのものも変化してきました。これを簡潔に表現したものが、「消費者『保護』から消費者『権』へ」です。これまでのように、消費者が保護の対象・客体にとどまるのではなく、消費者が主体者・権利者になって、消費者問題の発生の予防や解決をはかることが必要な社

権利



会になったのです。「消費者の自立」、「消費者の自己責任」と表現してもよいでしょう。

一方では、行政も変化せざるをえない社会になりました。とくに行政規制による市場運営の手法は、国際水準からみると不透明で公正性に欠けるなどの問題が諸外国から指摘されました。このような批判にこたえるために、1990年代以降、規制緩和をキーワードとして、行政や立法はいちじるしい変化をとげるにいたっています。

このような流れのなかで、消費者保護基本法が大改正され、名称も「消費者基本法」と改められました（平成16年（2004）6月）。消費者基本法は、消費者の権利を明文で定めるなど、より進んだ法律となりました。

このように、現代社会は「消費者の自立」と「規制緩和」の潮流が同時に進行する社会です。つぎに、くわしく述べましょう。

(2) 消費者契約トラブルの増加

消費者のかかわる販売や消費者契約に関する相談件数は、激増してきました。たとえば、消費生活センターなどへの相談件数をみると、平成元年度には10万6900件でしたが、基本法改正の前年の平成15年度には全相談件数183万件のうち86%を

占めるようになっていました（国民生活センター調べ）。原因はいろいろ考えられますが、主としてつぎの点があげられるでしょう。

- ①消費者行政や消費者教育の積み重ねのなかで、消費者の権利意識が高まったこと
- ②消費者相談のシステムが確立したこと
- ③消費者と事業者間の情報の量や質、交渉力の格差が構造的となり、トラブルの解決が消費者個人の力では難しくなったこと

とくに、契約トラブルは、③の格差を利用した事業者の契約支配によるものが多くなりました。たとえば、事業者が十分な情報提供や説明をせずに勧誘をおこない、消費者の意思形成が十分でないまま契約がなされたり、事業者の契約支配にもとづく不当な契約条項の押しつけがなされるようになりました。

(3) 規制緩和と消費者法

消費者法における規制緩和とは、これまでの行政による事前の参入規制を中心とした法規制ではなく、公正な競争ルールのもとに各当事者が自己責任にもとづいて行動し（私法的）、ルール違反があれば裁判で解決する（司法的）という側面をもっています。いいかえれば、行政規制から民事ルールにもとづく（私法的）、裁判による（司法的）解決への変化です。規制緩和と消費者法の関連としては、つぎの点が重要です。

- ①規制緩和は、政策運営における基本原則の大きな転換であること

政策運営は、行政による事前規制から市場参加者が守るべきルールの整備へと変化しました。政策目的は、市民の自由な選択を基礎とした、公正で自由な競争が行われる市場の実現に置かれます。

②規制緩和は、無責任な自由放任、弱肉強食を実現するものではないこと
消費者の自己責任を問うるために

は、公正で自由な競争が確保されるような、新しい消費者法のシステムが必要になります。

解説2 これまでの契約ルールとその問題点とは

それまでの消費者取引トラブルへの対応は、民法や個別法、業界独自の取組みなどが中心でした。しかし、社会の変化は、従来の手法の再検討をうながしました。

(1) 民法と消費者法

民法は、契約の当事者は、ロビンソン・クルーソーのように経済的合理人として行動し、必要な情報はみずからの責任において収集し、それをもとに自主的に意思決定をするものと想定しています（「古典的市民法原理」などといわれます）。ですから、民法はこれに反するような悪質な行為だけを問題としてきました。そして、対等な立場にある当事者間の自由競争の場である、契約の準備・交渉の段階は、原則として法的な問題にならないと考えてきました。当事者間の合意によって契約が成立し、ここではじめて権利・義務が生ずるとしているのです。

しかし、現代社会は、事業者と消費者間の情報の量や質、交渉力の格差が構造的にある社会です。つまり、格差のある対等ではない当事者間における契約が問題となるのです。とくに、契約の準備・交渉段階での不適切な勧誘行為の問題や、契約内容の一方的決定から生ずる問題が増大しています。これらに対応するのに、民法にはつぎのような限界があります。

①不適切な勧誘行為があった場合には、錯誤・詐欺・強迫などの規定の適用が考えられます。しかし、あとに述べるように、民法の要件は厳格で適用がむずかしく、消費者トラブルの解決には

十分ではありません。

②民法の規定の多くは任意規定ですから、特約によって排除されることが予定されています。しかし、事業者が契約内容を決定できる状況にある場合、事業者は自分に一方的に有利な特約を契約条項として作成し、これを消費者に押しつけます。これに対しても、民法は有効に機能するとはいえません。

③消費者トラブルを解決するために、信義則や権利濫用の禁止（民法1条）、公序良俗（民法90条）などの一般条項が用いられます。一般条項は、個別のトラブルには柔軟に対応できます。しかし、規定内容が抽象的であるため、一般的な予見可能性が低くなり、安定した法の適用ができないという問題があります。

(2) 個別法（業法）と消費者法

これまでの割賦販売法や訪問販売法など、個別法（業法）にもとづく消費者契約の適正化は、行政がその業種の取引の特性や実情を前提に規制を加えるので、一定の効果が認められます。しかし、つぎのような限界があります。

①新しい問題への対応の困難性

個別法は、トラブルが多発するなど規制の必要な特定の分野に限定されて制定されるため、脱法的な悪質商法やニュービジネスは規制の対象外となってしまう。

②消費者の権利実現手段の不十分性

一般に、消費者利益は、行政が事業

者に規制をおこなった結果の反射的、間接的な利益にとどまると考えられており、個別法の目的に消費者利益が含まれていても、その実現は行政権の行使に任されることが多く、消費者みずからがそれを実現する手段が認められない場合があります。

③個別法の実効性の問題

個別法は、一定の場合に行政処分ができることを規定していますが、その判断は行政庁の裁量に任されており、事業者が行為規範に違反しても、当然に行政処分がなされるわけではありません。また、個別法に違反する事項があったからといって、直接契約の有効・無効、取消しの問題になるとは限りません。つまり、個別法の実効性に問題がある場合があります。

④消費者問題の多様性

消費者取引に関して多種多様な事業が展開されているので、これらすべてに行政がかかわるのは困難です。また、

あらゆる業種に個別法を制定し規制するのも難しいでしょう。

(3) 業界の取組み

産業界では、標準約款の作成、自主ルールの作成・運用など業界独自の取組みをおこなっています。しかし、つぎのような問題があります。

①法的拘束力の根拠

自主ルールや標準約款は、事業者やその団体が作るものですから、法的拘束力に問題があり、また、規制をしてもいわゆるアウトサイダーには、その効果がおよびません。

②新しい分野、新しい商品・サービスをカバーすることの困難性

③公正性確保の困難性

契約ルールを契約の一方当事者である事業者の団体が作成するのですから、公正性が確保されない場合が生じます。

④業界ごとの対応の不均衡の存在

解説3 消費者契約法の必要性とは

先にみてきたように、これまでの制度の枠組みでは、消費者がみずから問題を解決するための手段はほとんどないといってよい状態でした。そこで、事業者と消費者が公正な競争ルールのもとで自己責任にもとづいて行動し、ルール違反に対しては、ルールにしたがった司法的な解決をおこない、消費者利益の確保が可能となるような新しい民事ルールが必要となりました。

このような状況のなかで、消費者契約法は、民法の特別法として、事業者と消費者に着目した新たな民事ルールを制定するという目的をもって制定されました。

消費者契約法は、平成12年(2000)4月28日に成立し、消費者契約法・附則により、平成13年4月1日より施行されました。

解説4 消費者契約法のポイントとは

(1) 目的

消費者契約法は、契約の取消権や不当な

条項の無効を主張できる権利を消費者に認め、消費者契約から生ずるトラブルや被害

を抑制することや適格消費者団体に差止請求権を認めて被害の拡大等を防止することを目的とします。

(2) 対象

消費者と事業者の締結した消費者契約が対象となります。

(3) 内容

①消費者契約の締結過程にかかわるトラブルが解決できるようになります。

- 事業者が、
- ・契約の重要な内容について事実と違うことをいう
 - ・将来の見込みを断定的にいう
 - ・消費者に不利益なことを故意に告げ

ない

- ・自宅に居座ったり、営業所に閉じこめたりして契約を結ばせるなどの勧誘をおこない、消費者がそれにより「誤認」、「困惑」をして契約をした場合、消費者はその契約の取消しができます。

取消権は、「だまされた」などと気づいてから6か月間、契約成立後から5年間以内であれば行使できます。

②消費者契約の契約条項に関して、消費者の利益を不当に害する一定の条項の全部、または一部が不当条項として無効となります。

解説5 消費者契約法の効果とは

(1) 消費者契約法の役割

①民事ルールの確立の第一歩

消費者契約法の制定により、事業者と消費者における民事ルールの確立に一步を踏み出すことができました。これにより、公正で予見可能性の高いルールの整備が可能となります。

②裁判規範としての機能

消費者契約法は、裁判規範として、消費者利益の確保を容易にし、解決を迅速にすることが期待されます。また、ルール化されたことによる法的安定性の向上、争点の単純化・明確化、審理の拡散の防止などが可能となりました。

③裁判外紛争処理における機能

消費者利益の確保がどのような場合に法的に認められるかが明確になることにより、公正で円滑な裁判外紛争処理が可能となります。

(2) 総合的な消費者法の確立

消費者契約法の制定により、十分とはいえませんが、つぎのような総合的な消費者被害の防止・救済策の確立が進むことになりました。

①消費者の安全の徹底

- (ア)総合的な消費者被害救済策の推進→製造物責任法
- (イ)品目の特性に応じた安全対策の推進→食品衛生法、農薬取締法、消費生活用製品安全法、電気用品安全法、建築基準法など

②消費者取引の適正化

- (ア)総合的な消費者被害救済策の推進→消費者契約法
- (イ)取引の特性に応じた消費者取引の適正化→特定商取引法、割賦販売法、旅行業法、保険業法、宅地建物取引業法など

解説6 消費者契約法の課題とは

消費者契約法は成立しましたが、残された課題もたくさんあります。つぎに、その主要な点をあげておきましょう。くわしくは本著のなかで説明します。

- ①事業者の情報提供・説明が法的義務ではなく、努力義務とされたこと。(31ページ以下参照)
- ②消費者を威迫・困惑の場合の取消権が善意の第三者に対抗できないこと。(58ページ参照)
- ③過失による事実の不告知が取消しの対象とならないこと。(47ページ参照)
- ④取消権行使の期間制限が民法規定より

大幅に後退したこと。(72ページ参照)

- ⑤諸外国の立法例と比べて、不当条項の範囲が狭いこと。
- ⑥「不意打ち条項」に関する規定がもりこまれなかったこと。
- ⑦「作成者不利の原則」が規定されなかったこと。

⑤～⑦は、定型化された契約条項(約款)による契約の規制をおこなう場合の検討事項です。⑥・⑦は立法段階で議論になりましたが、最終的には認められませんでした。約款規制として問題となるところです。

解説7 平成18年改正

消費者契約法の立法時の附帯決議(法を制定する場合に、今後の検討課題や注意点等を議会で決議しておくもの)では、施行後の状況につき「分析・検討を行い、必要があれば5年を目途に本法の見直しを含め所要の措置をとること」とされていました。また、関連して司法制度改革推進計画(平成14年閣議決定)、国民生活審議会の検討などがおこなわれました。これらを受けて、平成18年に消費者契約法が改正されました(平成18年6月7日公布、平成19年6月7日施行)。

改正法は、「消費者団体訴訟制度」を導入したのですが、その必要性は、つぎのような点に置かれています。

- ①消費者契約に関連した被害は、同種の被害が多数発生する
- ②個々の消費者は、契約の取消し等により個別的・事後的に救済されるが、個

別的な解決にとどまるために、他の消費者が同種の被害を受ける可能性がある

- ③被害が広がる前に、事業者による不当な勧誘行為や契約条項の使用を差し止める必要がある
- ④これまで消費者団体の事業者への改善申入れは、法的な裏づけがないために実効性に問題があった点を改善できる
- ⑤団体訴権は、EU諸国を中心に広く認められている

改正によって、消費者全体のために適格消費者団体が、消費者契約法に違反する事業者の不当な行為に対して差し止請求権を行使できるようになりました。EU諸国に比べると団体訴権の導入が大幅に遅れましたが、現在では、わが国の消費者被害の救済と予防に大きな意味をもつ制度に発展しつつあります。

平成 18 年改正では、消費者団体訴訟による差止めの適用範囲は、消費者契約法 4 条、8 条～10 条に限定されていました。しかし、平成 20 年（2008）に成立した特定商取引法、景品表示法に消費者団体訴訟制度を導入する改正法（改正特定商取引法、改正景品表示法、改正消費者契約法）

によって、差止めの適用範囲が特定商取引法、景品表示法にも拡大されました。

景品表示法に関する消費者団体訴訟制度は、平成 21 年（2009）4 月 1 日から、特定商取引法に関する消費者団体訴訟制度は、平成 21 年 12 月 1 日から施行されています。

