

パブリックコメント

現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会 中間取りまとめについて

特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道
(特定) 適格消費者団体

〒060-0002

札幌市中央区北 2 条西 13 丁目 1-10 札幌第一会計ビル 3 階 3 号室

Tel : 011-221-5884

e-mail: hocnet1222@alto.ocn.ne.jp

1. 意見の概要

(1) 「第 1、1、(1) 消費者契約の当事者である事業者の配慮を促進する仕組み」について、「消費者が適切な判断をすることが困難な状態に陥ることがないようにすることについての配慮」に関しては、民事ルールとして取消原因に加えるべきである。

(2) 「第 1、1、(2) 取引当事者である事業者以外の関係主体の配慮を促進する仕組み」について、プラットフォーム事業者が販売業者等の身元情報を確認する義務、プラットフォームにより配信される広告のうち不当勧誘行為に該当する可能性を認識したら調査する義務、不当勧誘行為に該当することが確認されたら配信停止措置をとる義務を法定し、これらの義務を怠ったことで消費者に損害が生じた場合はその賠償責任を負う義務を定めるべきである。

(3) 「第 1、2. 契約の拘束力から消費者を解放する仕組み等、(1) 民事ルール（消費者契約法における新たな手法）」について、事業者側が消費者に契約締結のために負債を負わせた場合は、「深刻な結果となる内容の契約を締結した場合」に該当するものとし、かつ事業者が悪意と推定する規定を置くべきである。

(4) 「第 2、1. 継続的な契約関係からの離脱一般に関する規律、(2)、イ 効果」について、解約妨害の法律効果として解約の効果が発生するものとすべきである。また、適格消費者団体の差止請求権に関する「おそれ」要件を抜本的に見直すべきである。

(5) 「第 2、2、(2) 規律の内容」について、自動更新時期の通知は義務化すべきである。

2. 意見

(1) 【対象】

「第 1、1、(1) 消費者契約の当事者である事業者の配慮を促進する仕組み」に対する意見

【内容】

「配慮しないことが不適切なもの」であって「最低限確保すべき取引環境として」「配慮をしなければならない」ものと位置づけられているもののうち、「消費者が適切な判断をすることが困難な状態に陥ることがないようにすることについての配慮」に関しては、民事ルールとして取消原因に加えるべきである。

具体的には、消費者契約法4条1項の不当勧誘行為の中に、「重要事項について通常の注意をもって見た場合に、その内容を正確かつ容易に認識できない虚偽又は不明瞭な表示を行ったこと。重要事項に関する誤認」を取消原因とする号を追加し、上記①の配慮を法的義務とすべきである。また、同法同条3項の不当勧誘行為の中に、「当該消費者が当該消費者契約の締結を検討するに際して、裏付けとなる合理的な根拠がある場合その他の正当な理由がある場合を除き、契約締結を急ぐ必要性を強調する表示を行うこと。」という号と「当該消費者が当該消費者契約の締結を検討するに際して、操作の反復又は威迫的な文言等を用いて、消費者を威迫し、迷惑を覚えさせ又は不安を生じさせるような表示を行うこと。」という号とを追加すべきである。

【理由】

アにおいて配慮規定の在り方として示されている「配慮しないことが不適切なもの」に分類されるものは、さらに（ア）で①消費者が適切な判断をすることが困難な状態に陥ることがないようにすることについての配慮と②既にそのような状態にある消費者が不適切な判断をすることがないようにすることについての配慮とが「最低限確保すべき取引環境として」「配慮をしなければならない」ものと位置づけられている。その具体的内容は①「事業者が消費者に一定の影響を与えることで消費者が適切な判断をすることが困難な状態に陥る場合（例えば、不適切に焦らされることにより熟慮の機会が損なわれる場合等）」と②「勧誘を受ける消費者が消費者契約を締結するか否かについて適切な判断が困難な状態にある場合（例えば、加齢により判断力が低下している場合等）」とが「念頭に置く」として指摘されている。

しかしながら、この次に「また」として「より理想的な取引環境の実現に向けた事業者に期待される役割を示し創意工夫を促すものとして、消費者の消費者契約についての適切な判断に資するように配慮する努力を促す方向」が示され、これは「より高い目標に向けたより積極的な対応を促すもの」である一方、「具体的にどのような配慮をし得るかは、個々の場面や関係性により多様であること、また、どこまでの対応が可能かは事業者の対応能力により様々であることから、一律の義務とするのではなく、努力を促す規律とすることが望ましい。」と性格づけている。続いて「（イ）消費者契約の締結がもたらす結果についての配慮」において求められている配慮は、「最低限確保すべき状態」ではありながら、一律に義務とすると消費者等の生活状況を過度に把握しようとしたり取引そのものを控えたり不当な情報収集の口実とされたりするおそれがあるので、義務ではなく努力を促す規律とすることが望ましいとする。ここでも次の「また」以下には「より高い目標に向けたより積極的な対

応を促すもの」であるから、義務ではなく努力を促す規律とすることが望ましいとする。その次の段落の「事業者の把握可能性」に関する指摘も、(イ)の配慮に関するものである。

要するに、中間取りまとめの論理では、「一律の義務とするのではなく、努力を促す規律とすることが望ましい」とされているものがアの中の(ア)の「また」以降と(イ)に限られており、(ア)の前半で指摘された①消費者が適切な判断をすることが困難な状態に陥ることがないようにすることについての配慮と②既にそのような状態にある消費者が不適切な判断をすることがないようにすることについての配慮に関しては法的義務とせず努力を促す規律とすることが望ましいとの性格付けはされていない。

この中間取りまとめの論理を前提にすると、①消費者が適切な判断をすることが困難な状態に陥ることがないようにすることについての配慮と②既にそのような状態にある消費者が不適切な判断をすることがないようにすることについての配慮については法的義務として規定することこそが、「最低限確保すべき取引環境として」「配慮をしなければならない」ものという位置づけに適合する。

従って、消費者契約法4条1項の不当勧誘行為の中に、「重要事項について通常の注意をもって見た場合に、その内容を正確かつ容易に認識できない虚偽又は不明瞭な表示を行ったこと。重要事項に関する誤認」を取消原因とする号を追加し、上記①の配慮を法的義務とすべきである。また、同法同条3項の不当勧誘行為の中に、「当該消費者が当該消費者契約の締結を検討するに際して、裏付けとなる合理的な根拠がある場合その他の正当な理由がある場合を除き、契約締結を急ぐ必要性を強調する表示を行うこと。」という号と「当該消費者が当該消費者契約の締結を検討するに際して、操作の反復又は威迫的な文言等を用いて、消費者を威迫し、迷惑を覚えさせ又は不安を生じさせるような表示を行うこと。」という号とを追加すべきである。

これらの条項の内容は、本パブリックコメントと同時並行してパブリックコメントが募集されている特商法の改正方針に関する中間取りまとめ9頁において、契約締結の場面でいわゆるダークパターンとして行政規制の対象となっているものである。従って抽象的な内容となっているが、民事ルールとしては裁判例を通じた精確化に委ねることが適当であり、上記のような抽象度のある取消原因が必要である。

(2)【対象】

「第1、1、(2)取引当事者である事業者以外の関係主体の配慮を促進する仕組み」

【内容】

この内容では不十分であるので、プラットフォーム事業者と消費者との関係を規律する既存の法令で消費者被害の救済に妨げとなっている部分、例えばプラットフォーム事業者が販売業者等の身元情報を確認する義務、プラットフォームにより配信される広告のうち不当勧誘行為に該当する可能性を認識したら調査する義務、不当勧誘行為に該当することが確認されたら配信停止措置をとる義務を法定し、これらの義務を怠ったことで消費者に

損害が生じた場合はその賠償責任を負う義務を定めるべきである。

【理由】

中間取りまとめのこの項目は、「取引基盤提供者等」としていわゆるプラットフォーム事業者や決済事業者を指すものと考えられるが、全面的に努力を促す規律が望ましいとされている。

しかし、既に「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」及び「特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律」において、プラットフォーム事業者には一定の法的義務が課されている（例えば取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律5条。）また、決済事業者に関しては、割賦販売法 35 条の 17 の 8 の加盟店調査義務など、相当程度に消費者保護のための法的義務が課されている。こうした状況を全く踏まえずに、現在の消費者被害の状況や消費者救済の困難性を改善するための法改正も指示することなく、努力義務で済ませるのは、消費者法の改正方向を検討する会議体としての任務を果たしているとは言い難い。

既にプラットフォーム上の有名人なりすまし詐欺広告などにより消費者被害が発生していることを踏まえ、また無償で使用するプラットフォームについてもアテンションエコノミーの中で消費者契約としての関係性を有するとのパラダイムシフト専門調査会の報告書の認識を踏まえ、上記【内容】欄に示した義務をプラットフォーム事業者に課すべきである。

(3) 【対象】

「第 1、2、契約の拘束力から消費者を解放する仕組み等、（1）民事ルール（消費者契約法における新たな手法）」

【内容】

事業者が、消費者の支払うべき代金の調達のために、新たに借金をしたり、クレジットカードによる決済をすることを事業者側から慫慂し、消費者が過大な債務を負う事となった場合は、「深刻な結果となる内容の契約を締結した場合」に該当し、かつ事業者が知っていたことは事業者側から慫慂した事実をもって推定されるものとすべきである。

【理由】

消費者が深刻な結果となる内容の契約から解放される仕組みを作ることは賛成であるが、その適用される場面が、例えば旧統一教会の寄附強要のように、家族生活を破綻に追い込むケースに限られるのであれば、そのための法律もあり、また公序良俗違反にもなり得るので、消費者契約法に規定を設けてもほとんど意味がないことになる。

特に若者が高額な契約締結を勧誘され、金銭的に余裕がないから契約しないといても解放されない場面を想定すると、収入がなかったり低い収入であることを事業者に告げてもなお借金したりクレジットカード決済したりして契約させ、過大な負債に苦しむケースが頻発しており、救済の必要がある。

この場合に、少なくとも事業者との契約から解放され、負債からも解放される必要がある。

決済事業者との関係は別の法律により手当するとして、少なくとも上記のような場面で金銭的な余裕がないという消費者に借金を求めた事業者は、悪意が推定され、契約からの解放が認められるべきである。

(4)【対象】

「第2、1、継続的な契約関係からの離脱一般に関する規律、(2)、イ 効果」

【内容】

(4-1) 脚注31の記載の通り、「消費者が解約権を行使しようとしたにもかかわらず、事業者の妨害行為によって、解約権の行使が妨げられた場合には、」その解約権を行使しようとした時点又は事業者の妨害行為があった時点のいずれか早い時期に「解約の効果が生じるものと解すべき」である。

(4-2) また、適格消費者団体の差止請求権の対象とする場合は、現在の消契法12条1項の「現に行い又は行うおそれがあるとき」との要件を抜本的に見直して「現に行い又は行ったとき」とし、解約妨害行為の再発防止に必要な措置を請求できるようにすべきである。

【理由】

(4-1) 中間取りまとめは「事業者が解約妨害行為をした場合において、更に消費者に解約権を発生させることによって解約権の行使が妨げられているという状態を解消するものではないことから、その必要はない。」と記載しているが、「その必要」の「その」が指示するものが不明確である。

日本語文法としては破綻しているが、その次の段落の「直接的な民事上の効果」を定めることを指して「その」と言っているのであれば、「更に消費者に解約権を発生させることによって解約権の行使が妨げられているという状態を解消するものではないこと」という部分は理由となっていない。

「更に消費者に解約権を発生させること」を指すのであれば、確かに既に消費者に解約権がある以上、それに加えて解約権を発生させる必要がないことになるが、そうすると「解約権の行使が妨げられているという状態」をそのまま認めることになり、そもそもの「解約妨害の禁止」自体が法的に意味のないものとなっている。

このように解約妨害禁止を明示的に掲げながら、それになんらの民事効も付さないのは、羊頭狗肉の誇りを免れない。従って、解約妨害禁止を法定するのであれば、上記内容に記載した通りの効果が認められて然るべきであり、解釈論としてそのような効果が認められることもありうるが、立法においてそのことを明確に規定した改正が望ましい。

(4-2) 適格消費者団体の差止請求権の対象とすること自体は反対しないが、現在までの差止請求権行使の実績に照らすと、現状のままでほとんど実効性のないものとなる可能性が高い。

というのも、適格消費者団体の差止請求は大部分が不当条項に関する8条から10条までに集中しており、4条の不当勧誘行為を対象とするものは裁判上・裁判外のいずれでも極め

て少数にとどまっている（町村泰貴「適格消費者団体の差止請求権行使の実態」佐藤鉄男先生古稀記念『倒産と人と社会』（日本評論社・2026）351 ページでは全体の 2%と報告されている。）。その原因は、不当勧誘行為の多くが事実上の行為であって差止めに馴染みにくく、広告やチラシの形で残っていれば景表法によっても差止請求可能となることによる。そして、12 条 1 項の「おそれ」要件は、事業者が対象行為を既に止めたと主張すれば差止請求権が認められないということにつながっているので、余計に事実上の行為を対象とした差止請求は実効性が乏しい。おそれが立証できなければ、再発防止策の請求も棄却されるのである。

そのような現状のもとで、中間取りまとめが示している解約妨害行為は、ほぼ消契法 4 条の不当勧誘行為を下敷きにして作成されたもののようであるから、12 条の「おそれ」要件が変わらなければ、結局適格消費者団体の差止請求権の対象としても絵に描いた餅に終わる可能性が高い。

以上の理由で、【内容】欄記載の通り、消契法 12 条の「おそれ」要件の抜本的な見直しが必要である。

(5) 【対象】

「第 2、2、（2）規律の内容」

【内容】

「事業者は、消費者契約の自動更新に際し、消費者が更新しない旨の申出をする機会を確保するため、あらかじめ、消費者に対し、更新をしない旨の申出に関して必要な情報を通知しなければならない」との規律を置くべきである。

【理由】

「契約期間の更新に関する規律」として書かれている内容は基本的に正しく、特に事業者が通知しないことには、契約更新を望まない消費者が更新時期に気がつかずに解約申出の機会を失ってしまう場合のデメリットがあるのに対し、事業者が通知することには、通知の送受信に伴う手間がデメリット考えられるが、自動的に通知を送信するプログラムを利用したり、通知のメールを自動で振り分けるような仕組みを用いたりすれば、そのデメリットはほとんど無視できる範囲内のものである。要するに、通知を義務付けることにはメリットがあるのに、義務付けないことにはデメリットしかないのである。

これに対して中間取りまとめでは、「契約期間の長さや契約の内容によって、契約期間の更新時に求められる通知の在り方は様々であり、更新頻度も様々であること」を理由として通知の一律の義務付けは馴染まないとするが、自動更新条項が置かれている継続的契約には、それなりに長い期間の契約期間が定められているのであり、契約の自動更新前に一律に通知する義務を課しても問題は生じない。

他方、法的義務としないことによるデメリットは、消費者の解約機会を保障する誠実な事業者が解約されやすくなる一方、解約機会を保障する気もない不誠実な事業者が解約の可

能性は少なくすることができるという、甚だ不当な結果を招来するのである。消費者の利益のためのみならず、正直者が不利を被るような制度にはすべきでない。

従って、上記のような内容が妥当である。

以上