

第2講

消費者契約法

一 過量な内容の消費者契約の取消し

1 必要性

近時、事業者が、合理的な判断をすることができない消費者（例えば、認知症が進行した高齢者など）に対し、そのような事情につけ込んで、必要もないのに、同種の物を大量に購入させる事例が見られ、問題となっていた。

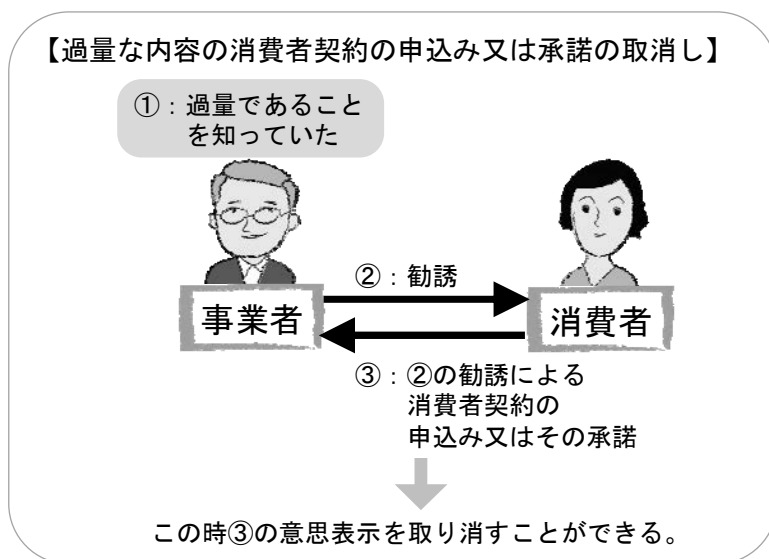
このような事例に対しては、公序良俗による契約の無効を主張したり、不法行為による損害賠償請求をしたりするなど、既存の制度によってもある程度は救済を図ることができる。しかし、これらの規定は、抽象的なもので、どのような場合に契約が無効となったり、損害賠償請求が認められたりするかは、規定上明確とはいえない。

そこで、上記のような事例を念頭に、具体的な要件をもった取消しの制度が新設された。

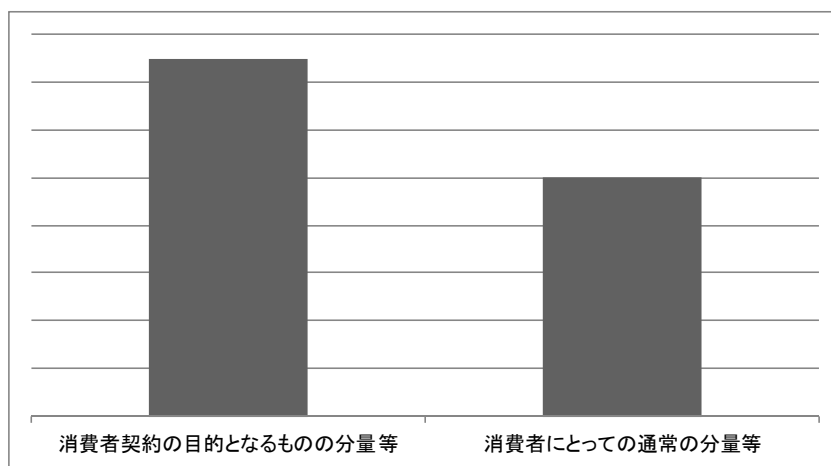
2 要件と効果

新設された消費者契約法4条4項

4 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、物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの分量、回数又は期間（以下この項において「分量等」という。）が当該消費者にとっての通常分量等（消費者契約の目的となるものの内容及び取引条件並びに事業者がその締結について勧誘をする際の消費者の生活の状況及びこれについての当該消費者の認識に照らして当該消費者契約の目的となるものの分量等として通常想定される分量等をいう。以下この項において同じ。）を著しく超えるものであることを知っていた場合において、その勧誘により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。事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、消費者が既に当該消費者契約の目的となるものと同種のものを目的とする消費者契約（以下この項において「同種契約」という。）を締結し、当該同種契約の目的となるものの分量等と当該消費者契約の目的となるものの分量等とを合算した分量等が当該消費者にとっての通常分量等を著しく超えるものであることを知っていた場合において、その勧誘により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も、同様とする。



【消費者契約の目的となるものの分量等が当該消費者にとっての通常の分量等を著しく超えるもの】



※ 「消費者にとっての通常の分量等」とは

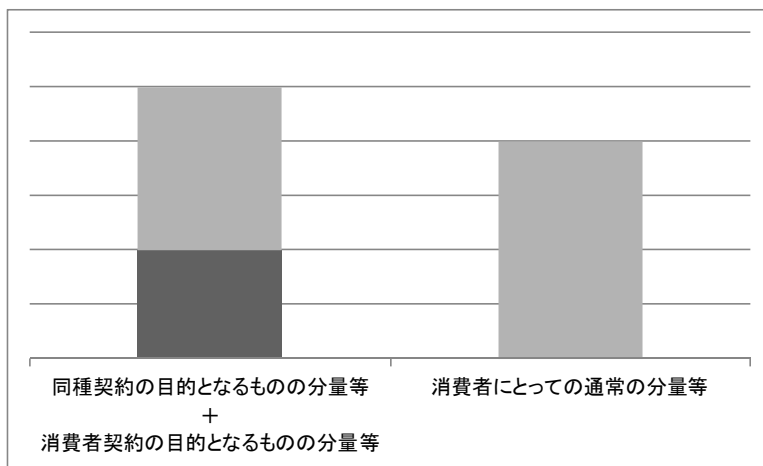
「消費者にとっての通常の分量等」とは、以下の要素に照らして当該消費者契約の目的となるものの分量等として通常想定される分量等をいう。

- ・ 消費者契約の目的となるものの内容
- ・ 消費者契約の目的となるものの取引条件
- ・ 事業者がその締結について勧誘をする際の消費者の生活の状況
- ・ 消費者の生活の状況についての当該消費者の認識

※ 同種契約を締結していた場合

すでに同種契約を締結していた場合、その目的となるものの分量等も考慮するため、「同種契約の目的となるものの分量等と当該消費者契約の目的となるものの分量等とを合算した分量等が消費者にとっての通常の分量等を著しく超えるものである」ことが要件となる。

【同種契約の目的となるものの分量等と当該消費者契約の目的となるものの分量等とを合算した分量等が消費者にとっての通常の分量等を著しく超えるもの】



二 重要事項の追加

1 必要性

従前から、事業者が、消費者に対し、消費者契約を締結する必要性を基礎づける事実について、不実告知をし、消費者が誤認をして、消費者契約を締結するという事例が見られ、問題となっていた。

消費者契約法では、重要事項の不実告知により、消費者が重要事項につき誤認をして消費者契約を締結した場合、消費者は、その消費者契約を取り消すことができる（消費者契約法4条1項）。だが、この「重要事項」とは、「消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容」、「消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件」であった。そのため、消費者契約を締結する必要性を基礎づける事実は、「重要事項」にはあたらず、消費者契約法4条1項によっては、上記の事例で消費者契約を取り消すことができなかった。例えば、事業者から、真実に反して「タイヤの溝が大きくすり減っていてこのまま走るのは危険だ。タイヤを交換する必要がある。」と言われ、新しいタイヤを購入した場合、タイヤ自体の質などや、取引条件につき不実告知をしていなければ、消費者契約法4条1項によっては、この契約を取り消すことはできなかった。

そこで、消費者保護の観点から、重要事項が追加された。

2 追加された重要事項

改正により、不実告知の場合につき、以下の事項が重要事項に追加された（消費者契約法4条5項3号）。

- ・ 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものが当該消費者の生命、身体、財産その他の重要な利益についての損害又は危険を回避するために通常必要であると判断される事情

三 取消権の行使期間の延長

1 必要性

消費者契約法4条は、消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しを規定している。この規定に基づく取消権は、改正前は以下のいずれかを経過すると行使することができないとされていた。

- ① 追認をすることができる時から6か月間
- ② 消費者契約の締結の時から5年間

しかし、①の期間は、この期間内に取消権を行使できない消費者もいた。そこで、この行使期間を延長した。

2 改正内容

上記①の行使期間を6か月から1年間に延長した（消費者契約法7条1項前段）。

四 消費者の解除権を放棄させる条項を無効とする規定の新設

1 必要性

消費者契約法8条は、事業者の損害賠償の責任を免除する消費者契約の条項を無効としている。しかし、消費者契約法上、消費者の解除権を放棄させる条項を無効とする規定はなかった。ただ、消費者の解除権を不当に放棄させると、事業者が債務を履行していないにもかかわらず、契約関係を解消することができないなどの不都合が生じる。そこで、消費者の解除権を放棄させる条項を無効とすることとした。

2 規定の内容

以下の消費者契約の条項は、無効となる（消費者契約法8条の2）。

- ・ 事業者の債務不履行により生じた消費者の解除権を放棄させる条項
- ・ 消費者契約が有償契約である場合において、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があること（当該消費者契約が請負契約である場合には、当該消費者契約の仕事の目的物に瑕疵があること）により生じた消費者の解除権を放棄させる条項