



2017年9月15日
アジアインターネット日本連盟

「報告書における消費者契約法の改正に関する規定案」 に対する意見

I はじめに

アジアインターネット日本連盟（AICJ）は、国際的にインターネットビジネスを展開する企業の連盟であり、インターネットにおける自由で公正な情報の流通が、日本における革新的なビジネス及びインターネット産業の健全な成長に不可欠であると考えている。

ユーザ保護、消費者保護は、インターネット取引の健全性を守るため、インターネット企業にとって大変重要であり、各企業が消費者保護関連法令の遵守に日々務めている。しかし、消費者保護に関する法令が取引や社会の実態にそぐわず、事業者にとって遵守できないものであると、インターネット産業の健全な成長の阻害となるだけでなく、かえって消費者保護に資しないことになりかねない。

そこで、消費者契約法の改正を検討するにあたっては、具体的な事例や相談件数等をはじめとする客観的な情報を根拠とする政策決定（**Evidence Based Policy Making**）（官民データ活用推進基本法（平成28年法律第103号）第3条第3項参照）を行い、取引や社会の実態に合った規定作りを奨励したい。

II 規定案について

1 法第3条第1項関係（2）に対する意見

（意見）

事業者には何らかの調査義務を課すものではないことを逐条解説で明示すべきである。

（理由）

第42回専門調査会で石島委員が述べたとおり、事業者が消費者のプライバシーに関する情報を収集しなかったり、当該取引を行うのは初めてなのかを確認しなければ努力義務を果たしていないというような誤解を生むおそれがある。専門調査会では年齢を知識、経験と別途条文に規定することが議論されていたが、特に年齢については、事業者から積極的に情報を収集することがかえって消費者のプライバシーを侵害する場合もあるため、情報収集を求めるのは適切ではない。

そのような誤解を防ぐために、事業者には何らかの調査義務を課すものではないことを逐条解説等に盛り込むべきである。

2 法第4条第2項関係に対する意見

(意見)

「重大な過失」の内容や該当事例について、逐条解説に掲載すべきである。

(理由)

第39回専門調査会において、長谷川委員による「今回の提案が、判例における従来の「重過失」の考え方を定めるものではなくて、それを維持するものかどうか」という質問に対して、「そのとおりだと思っております。」(消費者制度課担当者)との確認が取れているところである。また、事業者からも適切な事例を逐条解説に掲載することを再三求めているところであるから、「重大な過失」が不当に広く解釈されることのないよう、逐条解説において「重大な過失」が最高裁判例で示されたとおり「故意と同視しうる程度のもの」であることを示すとともに、適切な救済事例を掲載すべきである。

また、専門調査会では、本規定案の趣旨が消費生活センター等の相談員が故意要件により、故意ではないと主張する事業者との交渉が困難となり消費者からの相談に乗れなくなることになるとの説明があった。主観要件が故意のままであった場合でも、重過失になった場合においても、相談員が適切かつ的確に消費者の相談に乗ることができるよう、法律の要件について相談員に対する更なる周知が引き続き重要となると考える。

3 法第4条第3項関係(1)に対する意見

(意見)

通常の事業活動を阻害することのないよう、逐条解説等に被害事例として適切な事例を掲載することを逐条解説に掲載すべきである。

(理由)

第40回専門調査会で、後藤座長代理は「営業トークの問題というのは、ここでの取消しの対象には入らない。余りそこに神経質になる必要はないのではないか」という印象を私は持ちました。事例3-1、3-2、3-3、3-4は、そのような意味での不安を煽るといのが、むしろ私が考えていた取消しの対象となる典型的なもの」といったご見解を述べられている。

また、第44回専門調査会において、就職セミナーの勧誘手法については、「既に被害相談事例として就職セミナーの例が挙がっていますが、やはりこれを問題事例として取り扱うべきなのかについては引き続き疑問があります。就職活動の必要性を強調することによって奮起して納得のいく職を得るといふ学生もいるでしょうし、実際に救済すべき事例がどれくらいあるのかという点は疑問に思うところです。」(石島委員)等、事業者から本条項の適用対象から除かれるべきとの意見が出されていたところであり、このような事例が掲載されることによって

適用範囲に誤解が生じるため、逐条解説等の掲載事例からは削除するべきである。

また、消費者制度課担当者からは「『不安であることを知りながら』ということにつきまして、例えば広告等においてはその対象者の中にそういう不安を抱えている人もいれば、いない人もいるという状況であれば、この『知りながら』という要件を満たすということではないだろうと考えておりますので、一般的にはそういう場合は該当してこないことになるのだろうと思います。」とのご見解が示されているところである。これまで通常行われてきた広告手法を用いることを過剰に控えることにならないよう、広告が適用対象外となることを逐条解説において明記していただきたい。

3 法第4条第3項関係（4）に対する意見

（意見）

「強引に求める」などの抽象的な要件について、具体的な該当事例について逐条解説等に明記すべきである。

（理由）

第39回専門調査会において、長谷川委員より「単に営業努力をアピールしただけの場合のようなものは入らないということについても逐条解説で明確化していただければありがたい」との意見がだされている。たとえば、「強引に求める」との記載については、どの程度のものが該当するのか、事業者には判断しがたい。そのため、事業者の通常の営業活動を萎縮させないよう、単に営業努力をアピールしただけの場合のようなものは適用対象に含まれないことについて逐条解説で明確に記載していただきたい。「正当な理由がないのに」「強調して」の要件についても、同様の理由から、適切な救済事例を明記していただきたい。

さらに、黙示であっても「告げる」の要件に該当してしまうとすれば、当該条項の適用範囲が不明確であり、不当に広くなりすぎるおそれがある。そのため、事業活動に与える影響が大きいといえるから、黙示的な言動が「告げる」に含まれないことを条文上明記すべきである。具体的には、「明示的に告げる」といった文言にすることが考えられる。

3 法第4条第3項関係に対する意見

（意見）

（意見募集の対象にはなっていないが）判断能力の不足を単純に利用したつけ込み型不当勧誘類型に関する規定の追加に反対する。

（理由）

成年年齢の引き下げ等により消費者被害が拡大することを懸念して、判断能力の不足を単純に利用したつけ込み型不当勧誘類型に対して取消権を付与すべきとす

る意見が見受けられる。

しかし、つけ込み型不当勧誘類型は、「合理的な判断をすることができない事情を利用して契約を締結させる類型」として専門調査会でも議論が重ねられてきたものであり、要件の明確性確保などの観点から、「3 法第4条第3項関係（1）」、「3 法第4条第3項関係（2）」の案として専門調査会としてのコンセンサスが得られたものと認識している。判断能力の不足等に対して、今回ならの手当でもされていないわけではないと認識している。

また、2016年に国民生活センターでまとめられた報告書を見ても、若年層については、相談件数が減っており、若年層に対する手当が必要だというデータが示されていない。

消費者の判断能力が不足しているかどうかの判断や事業者が消費者の判断能力について判断することは困難であり、判断能力の不足につけ込んだか否かの判断も困難である。たとえば、若者が背伸びして自分の生活レベルに合わない不必要な高級自動車を購入したケースにおいて、この若者の判断能力が不足していたのか、販売事業者がその若者の判断能力の不足につけ込んだのかの判断をすることも非常に困難である。

仮に18歳、19歳の判断能力を問題視するのであれば、政治的な判断だからということで安易に片付けずに、成年年齢の引下げの是非自体を正面から議論すべきであり、そこを尻込みしながら、消費者契約法で代替りの権利を付与することは政策の矛盾を招き、国民生活に混乱を生じさせるだけである。

4 不当条項の類型の追加関係（2）に対する意見

（意見）

新たに独立した規定を設けることに反対であり、仮に何らかの手当が必要であるとしても、現行の法8条、法8条の2の規定に追加する形で改正すべきである。

（理由）

提案のような規定を消費者契約法に盛り込むことで救済したい消費者被害は実社会に存在するのか、このような粒度の規定を消費者契約法に盛り込むことは他の規定とのバランス上適切なものか、依然として疑問なしとしない。法的な手当をするとの拙速な結論とせず、改めて実社会で発生している消費者被害の実際を捉えて検討し直すべきである。

なお、仮に、当該条項案が、法8条の潜脱になる契約条項について無効とする趣旨であれば、法8条の解釈により潜脱行為をも同条に抵触する場合として消費者を救済することが可能であるし、適切と考える。仮に、法8条の解釈による救済が不可能である場合だとしても、法8条柱書に括弧書き、または各号において、「適用を免れる条項を含む」と追記すれば足り、別途条項を新たに独立した規定として追加する必要はない。

この規定案を新たな独立した規定として追加すると、必ずしも法8条の潜脱とはいえない条項についてまで無効となるおそれがあるところ、報告書における規

定案の趣旨からすれば、上記の対応で十分目的を達成できるように思われる。

5 法第9条第1号関係に対する意見

(意見)

判断基準の明確性が担保されないのであれば、規定案の方向性に反対する。

(理由)

報告書の9ページにおいて、「事業の内容の類似性を要件として規定する際には、事業活動の内容や事業規模その他の類似性判断の基礎となり得る要因を精査し、その判断が明確に行われるようにすることが適当であると考えられる」との記載がなされている。

この点、第46回消費者契約法専門調査会において、消費者制度課担当者より「法制化するに当たっても、その類似性の点が明確にできるかということも当然検討した上で、法案を検討させていただいて、その上で周知をする」との発言がなされ、その方向性で専門調査会としてのコンセンサスが得られていると認識している。にもかかわらず、検討がなされないまま規定案が提案されており、専門調査会における議論を経ずに提案された本規定に賛成できない。

この論点の問題点は、「当該事業者と同種の事業者であって、かつ事業の内容が類似することが認められる事業者についての平均的な損害の額」から「当該事業者に生ずべき平均的な損害の額」を推定する経験則が認められるという点にある。

第39回専門調査会においても加納消費者制度課長が「「同種の事業」というので、どこまで推定を正当化するだけの経験則の裏付けがあるのかという点は受け止めなければいけませんので、更にそれをもう少し正当化されるような概念として、「類似」ということで考えたものであり(中略)何らかの事例といいますか、実例といいますか、そういうものを想定しながら議論を進めないとも実態から離れるといったことになるのを懸念いたしますので、その辺をもう少し詰めてみたいと思います。(中略)本日の御議論のすう勢を踏まえますと、このところをもう少し検討していくということではないかと私としては認識をいたしました。」と発言している。

また、山本(敬)座長は、事業規模等が考慮要因になることについて一致が得られており、更に精査をして提案を受けて改めて検討することとする、とこの論点についてまとめている。

これらの検討が全くできていない状態で明文化することに反対する。

加えて、「事業の内容が類似する同種の事業者に生ずべき平均的な損害の額」の立証自体が困難であり、消費者の立証の困難性の緩和に繋がるといえず、当該条項を設ける必要があるか疑問が残る。このような立証のためには訴訟に無関係な、被告会社と同種の事業者の資料の提出を求められることにもなりかねないという懸念がある点には事業者から声が上がっている点に配慮していただきたい。

6 サルベージ条項に対する意見

(意見)

(意見募集の対象にはなっていないが) 規定の追加に反対する。

(理由) グローバルに提供されている多くのインターネット関連サービスにおいては、サルベージ条項は、利用の状況により、各国法(準拠法の変更があり得る)、各地の州法、条例等の適用が様々あり得るために規定しているものであり、実務上の必要性があるため、上記のとおりサルベージ条項の追加に反対する。

以 上