

消費者契約法専門調査会「中間取りまとめ」に対する意見

2015年（平成27年）9月29日

兵庫県弁護士会

会長 幸 寺 覚

第1 はじめに

当会は、内閣府消費者委員会消費者契約法専門調査会が平成27年8月11日に公表した「中間取りまとめ」につき、公募に応じて次の通り意見を述べる。

第2 意見の趣旨及び理由

「中間取りまとめ」で提示されている論点に応じ、次のとおり論点ごとに意見を述べる。

1 「消費者」概念の在り方

【該当箇所】

中間とりまとめ4頁～5頁

【意見内容】

実質的には消費者の集合体にすぎない団体については、消費者契約法の適用があることを、条文上明示するべきである。

【理由】

複雑多様化する市場経済において、事業者が自己の提供する商品・役務について質・量とも豊富な情報を持ち、同種の取引を大量反復継続して行なうため、取引経験の蓄積によりノウハウに通じるのに対し、取引経験に乏しく、ひとつの契約に投下できるコストが

時間的にも労力的にも限られている消費者は、①取引対象・取引の必要性などに関する情報を収集分析する能力に劣り（情報格差）、②自律的に契約内容を交渉して形成する能力に劣っている（交渉力格差）。

このような事業者と消費者との構造的格差が事実として存在することを前提にその是正を目的として消費者契約法は立法されているものであり（消費者契約法1条）、消費者の集合体にすぎない団体は、その情報力・交渉力において、事業者と比肩するとは到底言えない以上、なお消費者契約法の適用においては、消費者としての支援を受けてしかるべきである。

2 「勧誘」要件の在り方

【該当箇所】

中間とりまとめ9頁～10頁

【意見内容】

「勧誘」要件については、事業者が消費者に対し特定の取引を誘引する目的をもってする行為を含むものとして、不特定の者を対象とした広告等であっても、この要件を具備する旨の明文規定を置くべきである。

【理由】

「勧誘」とは、事業者と消費者とが最初に接触してから契約締結に至るまでの時間的経過全体の中で、事業者が消費者に対して、契約締結の意思形成を働きかける行為を指すと考えるべきであるが、消費者庁による解釈はこれと異なっている。

しかし、広告上の宣伝文句など、不特定人に向けられた行為も、「勧誘」に該当すると考えるべきものである。なぜなら、消費者契約法は情報格差に鑑み事業者が提供する情報は真実であることを求

める趣旨の法律であり，消費者側から見れば，事業者の行為が不特定多数人に向けられたことかどうかによって，誤認を生じたという影響に変わるところはない。

したがって，「勧誘」要件には，広告のように不特定の消費者を対象とするものであっても特定の取引行為を誘引する場合には，これを含むものとの明文規定を置くことが適切である。

3 断定的判断の提供

【該当箇所】

中間とりまとめ 11 頁～12 頁

【意見内容】

「その他将来における変動が不確実な事項」は，消費者の財産上の利得に影響するものに限定されないことを，条文上明示するべきである。

【理由】

断定的判断の提供による取消が認められた趣旨は，「判断」は，本来各人の責任で行なうべきものであり，相手方が誤った判断を提供してもそれを鵜呑みにするのではなく，みずから事実を正確に理解し，それにもとづいて主体的に判断すべきものであるが，事業者と消費者との間に判断力の格差が構造的に存在することにかんがみ，事業者が不確実なものがあたかも確実であるかのように誤解させるような決めつけ方をした，事業者側における情報分析結果の提供について，特に消費者を保護する必要があることに存する。

そうすると，情報の分析力・判断力における消費者との構造的格差を事業者が濫用して，消費者の意思形成過程に判断レベルで不当に介入することを排除することが必要なものであり，断定的判断の対象を財産上の利得に関する事項に限定する必然性はない。たとえば塾

に行けば成績があがるというような役務提供による効果，健康食品を食べれば痩せられるというような商品の効能なども含まれると考えるべきである。

判例上，たとえば，内職商法の収入（東京簡判平成16年11月15日最高裁ホームページ），パチンコの出玉（名古屋地判平成19年1月29日兵庫県弁護士会ホームページ）については，断定的判断の提供の対象となるとされている。

4 不利益事実の不告知

【該当箇所】

中間とりまとめ12頁～15頁

【意見内容】

- (1) 現行法の不利益事実の不告知については，不実告知型（利益となる旨の告知が具体的で不利益事実との関連性が強いと考えられる類型）と不告知型（先行行為が具体性を欠き，不利益事実との関連性が弱いと考えられる類型）とに分別して類型化するべきである。
- (2) 上記の類型化の上，不実告知型については，故意要件を削除すべきである。
- (3) 上記の類型化の上，不告知型については，先行行為要件を削除すべきである。また，事業者に重過失がある場合には故意ある場合と同様に誤認取消を認めるべきである。

【理由】

- (1) 不実告知型（利益となる旨の告知が具体的で不利益事実との関連性が強いと考えられる類型）の場合，利益となることだけを告知することは，不利益が存在しないと告げることと同価値であり，消費者契約法4条1項1号の不実告知と同視することができる。

したがって、これについては、不実告知の一種として、不実告知と同様、故意過失の要件を削除すべきである。

- (2) 不告知型（先行行為が具体性を欠き、不利益事実との関連性が弱いと考えられる類型）については、特定商取引法における規律と同様、先行行為の要件は削除すべきである。そもそも、不利益事実の不告知については、消費者と事業者との間の情報の質と量の格差が問題とされているものであり、先行行為の有無は、情報格差を反映しない以上、先行行為要件を掲げることには疑問がある。

また、故意の立証を要求すると、不作為による詐欺との区別が曖昧になり、消費者契約法によって民法を上回る支援を消費者に付与するという消費者契約法の目的にそぐわなくなるので、故意要件を緩和し、重過失でも足りる旨の明文を置くべきである。

5 重要事項

【該当箇所】

中間とりまとめ15頁～17頁

【意見内容】

現行法4条4項各号所定の事項は、「消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの」の例示列挙であることを明示するとともに、「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」を追加して列挙すべきである。

【理由】

現行法4条4項所定の「重要事項」は、列挙事由が「契約内容」と「取引条件」に限定されているため、契約締結の動機となるような事情について不実告知があっても契約取消しができないと解釈される余地がある。

しかし、不実告知取消等の制度趣旨は、事業者による不実告知等の情報操作行為による自己決定権の侵害があった場合に消費者に契約的拘束をまぬかれる手段を付与しようとするところにあるから、「消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの」であれば、不実告知等の対象となると考えられる。そうすると、現行法4条4項各号に列挙されている事項は、「重要事項」の例示列挙であると考えべきである。

また、「重要事項」の例示列挙の一つとして、被害事例への対応の必要性が高く、特定商取引法第6条第1項第6号に同趣旨の規定のある「消費者が当該消費者契約の締結を必要とする事情に関する事項」を追加すべきである。

6 困惑類型の追加

【該当箇所】

中間とりまとめ17頁～19頁

【意見内容】

事業者の威迫（強迫に至らない程度の人に不安を生じさせる行為）によって消費者が困惑し契約を締結した場合には、消費者に取消権を認めるべきである。

消費者が、事業者からの勧誘を受けた後、明示的であると黙示的であるとを問わず、契約の締結をしない旨の意思表示又はこれ以上の勧誘を受けない旨の意思表示をしたにもかかわらず、なお勧誘が継続された場合等、執拗な勧誘を受けた結果、消費者が困惑し契約を締結した場合には、消費者に取消権を認めるべきである。

【理由】

困惑類型は、民法上の強迫に至らない場合でも取消しを認めるという趣旨で条文化されているものであり、不退去・退去妨害による

精神的圧迫により自由な意思決定が困難になった場合のみならず、威迫（強迫に至らない程度の人に不安を生じさせる行為）によって自由な意思決定が困難になった場合にも、取消しが認められるべきである。

また、執拗な電話勧誘等についても、取消しが認められるべきである。すなわち、契約の自由は、①契約を締結するかしないかの自由、②契約の相手方を選択する自由、③契約の内容決定の自由、④契約の方式の自由を内容とすると解されており、このうち現代社会において消費者が実質的に行使しうるのは、①契約締結の自由、②相手方選択の自由のみである。したがって、一定の相手方から勧誘されても契約締結を拒む権利は、消費者が行使しうる「契約自由の原則」の中できわめて重要な地位を占めるものといえる。ところが、契約締結を拒絶してもなお勧誘が継続された場合等消費者が断りきれない心境になって困惑し契約締結に至った場合には、このような契約自由の一環をなす「勧誘されても契約締結を拒む権利」を侵害することになるものであり、取消権が認められてしかるべきである。

7 合理的な判断を行うことができない事情を利用して契約を締結させる類型

【該当箇所】

中間とりまとめ20頁～23頁

【意見内容】

消費者に、判断力不足、知識・経験の不足、心理的な圧迫状態、従属状態など合理的判断ができない事情があることを事業者が利用し、不必要な契約がなされたときは、当該消費者契約を取り消すことができる旨の明文規定を設けるべきである。

また、本規定の新設に伴い、消費者契約法1条の「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かんがみ」との文言は、消費者基本法1条と同様、「消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ」と改められるべきである。

【理由】

一般的・平均的な消費者であれば通常することができる判断ができない状態にあることを知った事業者がこの状態を自己の利益のために利用した場合には、当該事業者は契約の拘束力を消費者に主張できる立場にはないと考えられ、取消権が認められてしかるべきである。

高齢化の進展といった社会状況に対応するものとして、合理的判断ができない事情を利用して契約を締結させる類型に関する規定を設けることは必要不可欠である。

なお、ここで、「不必要な契約」には、対価に見合った給付を得られないという対価的不均衡が生じている契約をも含むものという前提で理解すべきものである。特に、消費者の合理的判断ができない事情を事業者が知りながら利用したという主観的要素についての立証の問題を考えると、市場価格よりも著しく高額に商品や役務の対価が設定されている場合には、そのような契約における対価的均衡が阻害されていること自体から消費者の判断能力の減退と事業者による適合性原則違反の勧誘態度が事実上推定されるという手法が多用されることが予想されるものであり、文字通り「不必要な契約」のみならず、対価的不均衡のある契約も、当然に、今般立法化される本条の適用範囲に含まれると解すべきものである。

また、現行の消費者契約法1条は、情報の質と量並びに交渉力の格差について触れているものの、「情報の質と量」という文言だけでは、その情報を分析判断する能力の不十分さへの目配りがなされて

いるとは言えないおそれがあるので、今般、つけ込み型不当勧誘を立法するにあたっては、これを消費者基本法1条の文言と合致させ、上記のとおり改定することが適切である。

8 第三者による不当勧誘

【該当箇所】

中間とりまとめ23頁～24頁

【意見内容】

消費者が事業者から委託を受けていない第三者の不当勧誘行為で契約を締結した場合、契約の相手方である事業者が悪意・有過失の場合には、消費者は契約を取り消すことができる旨の明文規定を置くべきである。

また、現行の消費者契約法5条1項にいう「媒介」の意義については、必ずしも契約締結の直前までの必要な段取り等を第三者が行っていないまでもこれに該当する可能性がある旨を消費者庁の逐条解説等において適切に記載すべきである。

【理由】

現行の消費者契約法5条においては、民法第96条第2項と同趣旨の規定は置かれていない。

しかし、事業者から委託を受けていない第三者が消費者に対し不当勧誘行為を行った場合に、故意・有過失の事業者が、不当勧誘の利益にあずかることは不公正であって、取消がなされても受忍するべきであると評価しうるから、このような場合には、消費者は契約を取り消すことができる旨の明文規定が置かれるべきである。

また、消費者契約法5条1項は、民法上の「交渉補助者の法理」に由来している。

法律行為論における交渉補助者の法理とは、契約締結過程におけ

る交渉補助者（委託を受けて契約締結過程で本来本人が行うべき事実行為の代行をする者）の行為態様（詐欺，誤認・困惑惹起行為など）又は認識（悪意・過失）等は，当該交渉補助者を利用した契約当事者に当然に帰責され，当該交渉補助者を利用した契約当事者は，当該交渉補助者の行為態様又は認識等を自らの行為態様又は認識等と同視されて，相手方からの無効・取消等の主張を受ける地位に立つ，というものである。

交渉補助者の法理は，①一方において契約締結過程を交渉補助者にゆだね，その行為による経済的利益ないしは法律効果を自己のものにしようとしておきながら，他方で交渉補助者を利用したことにより契約締結過程から生じた意思表示の瑕疵，補助者の悪意・過失による不知等については自己には帰属しないことを主張することは，自己の態度に矛盾しており，禁反言に抵触すること，②他人を利用することにより契約締結のための活動領域を広げ，収益可能性を増大させようとする者は，みずからが契約獲得のために用いる取引組織を厳格にコントロールすべきものであり，当該他人の故意過失は，報償責任の法理及び危険責任の法理に導かれて，委託をした契約当事者自身の故意過失と信義則上同視されるべきであること，に根拠がある。

特に，消費者契約においては，民法上の法理である交渉補助者の法理を徹底させることが望ましい。その理由としては，①交渉補助者を利用した契約締結手続は事業者が構築する契約獲得のための取引システムの常態であり，消費者契約の勧誘過程においては事業者において分業が徹底される結果，取引相手方たる消費者は，事実上，交渉補助者にしか直接接触し得ないため，交渉補助者の言明や認識を信頼するほかないこと（消費者の要保護性の強さ），②没個

性的・定型的で大量かつ継続的・反復的になされる消費者契約について事業者が交渉補助者を用いた場合は、同種取引が多数回にわたってなされるため、事業者が交渉補助者の逸脱した行動をチェックする機会も多く与えられており、指導監督の方法等も熟達が可能であること（事業者の帰責性の重さ）、を指摘しうる。

このように考えると、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）における、『媒介』とは「ある人と他の人との間に法律関係が成立するように、第三者が両者の間に立って尽力することをいう」としつつ、「両者の間に立って尽力する」とは、「通常、契約締結の直前までの必要な段取り等を第三者が行っており、事業者が契約締結さえ済ませればよいような状況」を指すとの解釈は、狭きに過ぎるものであり、そのような解釈は正されるべきである。

9 取消権の行使期間

【該当箇所】

中間とりまとめ24頁～25頁

【意見内容】

消費者契約法に基づく意思表示の取消権の行使期間については、民法上の取消権の行使期間と同様とするべきである。

【理由】

現行の消費者契約法は、取消権の行使期間を民法上のそれよりも短期に制限しているが、そもそもそのような立法の合理性が問われなければならない。

消費者契約にあっては、取消権発生後も、事業者と消費者との間の情報力・交渉力の構造的格差は継続的に存在することとなり、消費者は、取消権発生についての知識がなかったり、あるいはその行

使を躊躇う事態が当然に予想できるものであり、「消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であること」（消費者基本法2条1項）を考えると、行使期間が短いことは適切な救済手段の付与とはいえ、誤認困惑惹起行為などを行った事業者の法的安定性（すなわち、不当な手段による契約獲得による収奪利益の温存）を重視することは、当を得ていない。

したがって、消費者契約法に基づく取消権の行使期間は、民法上の取消権と同様とするべきである。

10 法定追認の特則

【該当箇所】

中間とりまとめ25頁～27頁

【意見内容】

消費者契約法に基づく意思表示の取消については、すくなくとも「全部又は一部の履行」については、消費者側からの履行であると事業者側からの履行であることを問わず、法定追認が生じないものとする立法をするべきである。

【理由】

消費者契約にあつては、取消権発生後も、事業者と消費者との間の情報力・交渉力の構造的格差は継続的に存在するのであり、誤認困惑惹起行為により締結された契約について、その有効な成立を前提に全部又は一部の履行があつたために取消権が失われるのでは、消費者に取消権を付与したことが無意味になってしまう。

したがって、民法第125条各号のうち少なくとも「全部又は一部の履行」については、消費者側からの履行であると事業者側からの履行であることを問わず、法定追認が生じないものとするべきである。

11 不当勧誘行為に基づく意思表示の取消しの効果

【該当箇所】

中間とりまとめ27頁～29頁

【意見内容】

消費者契約法に基づく意思表示の取消後の原状回復義務については、特定商取引法における訪問販売のクーリング・オフ権行使後の原状回復義務と同様の特別規定を設けるべきである。

【理由】

消費者契約を誤認困惑惹起行為を理由に取り消した消費者が、不要な給付についてまで価額返還義務を負わされるとすれば、給付された利益の購入を実質的に強制されたのと等しくなり、取消をしても経済的意味が乏しく消費者の保護とはならない。

そこで、以下のような考え方を参考に、消費者契約法に基づく意思表示の取消後の原状回復義務を減免する立法的手当をするべきである。

① 「出費の節約」論

双務契約においては、契約当事者は、反対給付の出捐を予定して弁済を受領しているものであり、自ら行った給付の返還を求めながら利得消滅の抗弁によって自分の受けた利益の返還を免れるという恩恵を受けるには値しないから、双務契約の無効・取消の場合には、利得消滅の抗弁は認められないのが原則である。しかし、契約締結について勧誘をするに際し不実告知等がなされた場合には、給付を対価的牽連関係におくという点に関する消費者の意思には瑕疵があると考えられる。むしろ、事業者による不実告知等による勧誘があった場合、事業者による給付は消費者の私的財産に対する侵害の手段としてなされているものであり、不実告

知等を理由とする取消の場合の清算においては、侵害利得に近い取扱いが正当である。そうすると、詐欺強迫や不実告知に基づく取消権の行使があった場合には、利得消滅の抗弁は排除されないと考えられる。

消費者契約法に基づく取消権行使後の返還義務は現存利益の範囲に縮減され、消費者は「出費の節約」の限度で返還すれば足りるとするべきである。すなわち、当該消費者がもし取り消された当該契約を締結しなくても同種の契約を結んだはずであり、いずれにしても出捐をするはずだったという場合（例えば生活上必要なサービスの契約を勧誘されて締結した場合）には、出費を節約したことになり、この出費節約分が返還すべき利得となる。逆に言えば、当該消費者が取り消された契約を勧誘されなかったら同種の契約を締結しなかったであろう場合（浪費的なサービスの契約を勧誘されて締結した場合）には、出費の節約はなく、返還すべき利得は存しない。

② 「押し付けられた利得」論

不実告知等による契約が消費者の自己決定権を侵害する不公正取引であるという観点から効力が否定される以上、事業者からの給付利得の返還請求についても、取消権付与による消費者の自己決定権保障と事業者に対する非難・制裁という規範目的が反映され、消費者の返還義務は縮減されると解される。すなわち、取消権は消費者の自己決定権保障の趣旨で認められたものであるところ、事業者側からの履行済み給付の対価請求を許すことは、消費者側にとっては実質的な取引強制となって自己決定権保障の趣旨をそこなうし、不実告知等という違法性の高い行為を実行した事業者が利得を与えることになり、違法行為抑止という法目的が達

成できなくなる。取消権の付与により考慮されている自己決定権保障や違法行為の抑止といった規範の保護目的は、清算過程に反映されるべきである。

契約締結に関する受益者の自己決定に問題がある取引（取消権の発生が認められる取引）によって供給された利得は、事業者の違法行為によって押し付けられた利得であり、事業者にやり得を許すのは公正ではないから、この利得に流通性がない場合（役務の場合は常に流通性がない）には、返還するべき利得は、給付受益者（消費者）にとっての主観的価値により算定するべきである。

12 人身損害の軽過失一部免除条項

【該当箇所】

中間とりまとめ30頁～31頁

【意見内容】

- 1 生命損害の軽過失一部免除条項については、例外なく無効であるとの明文規定を置くべきである。
- 2 身体損害の軽過失一部免除条項については、その合理性を事業者が立証した場合を除いて、原則として無効であるとの明文規定を置くべきである。

【理由】

生命の保護法益としての重要性と被害者救済の必要性からみて、軽過失による免責も一切認めるべきではない。

他方、身体侵害については、場合によっては、軽過失一部免除条項が有効になりえる場合がないとは言えないので、原則として無効とした上で、免責の合理性を事業者が明らかにした場合には有効とする余地を残すのが相当である。ただし、法益の重要性より、有効とされる場合は限定的に考えるべきである。

13 「民法の規定による」要件の在り方

【該当箇所】

中間とりまとめ 31 頁

【意見内容】

消費者契約法 8 条 1 項 3 号及び 4 号の「民法の規定による」という文言は削除されるべきである。

【理由】

事業者の不法行為による損害賠償責任を不当に免除する条項は、その根拠となる条文が民法に置かれているか否かを問わず、無効とされるべきである。

14 「解除に伴う」要件の在り方

【該当箇所】

中間とりまとめ 31 頁～ 33 頁

【意見内容】

消費者契約法 9 条 1 号の「解除に伴う」という要件については、解除の場合だけではなく実質的に契約が終了する場合にも規律の対象となるよう改正されるべきである。

【理由】

消費者契約における損害賠償額の予定は、事業者実際に生じる損害額の総計を超えず、事業者がこれによる利得を得ることのないよう定められなければならないと考えられるところ、損害賠償額を一定の範囲に限定する消費者契約法 9 条 1 項の趣旨の射程が及ぶのは、解除を伴う場合に限られない。

15 「平均的な損害の額」の立証責任

【該当箇所】

中間とりまとめ 33 頁～ 35 頁

【意見内容】

「平均的な損害の額」の主張立証責任を事業者が負う旨の規定を
明定すべきである。

【理由】

事業者が、自己の証明負担の軽減という利益のために損害賠償額
の予定をすることは許容されうるが、消費者契約にあつては、その
予定額が民法416条により本来認められる実損害の賠償額の平均
値を超えることは、交渉力格差を利用した消費者の利益の侵害とな
り、およそ認められない。

そうすると、事業者は、損害賠償額の予定をする以上は、自己が
定めた損害賠償額の予定が適切なものであることにつき説明可能で
なければならず、事業者が損害賠償額を予定することによって、証
明負担の軽減という利益を得ている以上、それが適切であることの
説明責任は事業者にあるはずである。また、そもそも当該事業者に
生ずべき平均的な損害は、通常は当該事業者にしか知り得ない事実
であつて消費者に主張立証責任を負担させる合理的根拠はない。一
方、事業者においては、自らの帳簿その他の内部資料によつて、平
均的な損害を立証することは容易であることから、事業者に主張立証
責任を負担させる方が合理的である。

したがつて、主張立証責任の公平かつ合理的な分担という観点か
ら、「平均的な損害の額」についての主張立証責任は事業者が負担す
ることを明らかにする条文を新設すべきである。

16 消費者の利益を一方的に害する条項

【該当箇所】

中間とりまとめ35頁～36頁

【意見内容】

- (1) 消費者契約法10条の前段要件については、当該条項がない場合と比べて消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重するものかどうかを判断するという規律に改正されるべきである。
- (2) 消費者契約法10条の後段要件については、消費者契約法第1条の目的に照らして消費者の利益を一方的に害するものであるかとの観点から判断される要件としてこれに適合する表現に改正されるべきである。

【理由】

消費者契約法10条の前段要件について、比較対象となる任意規定は、明文の規定に限定されず、判例法や契約に関する一般的な法理等も含まれると解されている（最判平成23年7月15日・裁判所ホームページ）。

また、消費者契約法10条の後段要件について、当該条項が信義則に反して消費者の利益を一時的に害するものであるか否かは、消費者契約法の趣旨、目的（同法1条参照）に照らし、当該条項の性質、契約が成立するに至った経緯、消費者と事業者との間に存する情報の質及び量並びに交渉力の格差その他諸般の事情を総合考量して判断されるべきであるとされている（最判平成23年7月15日・最高裁ホームページ）。

このような判例の趣旨は、条文に反映されるべきである。

17 不当条項の類型の追加

【該当箇所】

中間とりまとめ36頁～43頁

【意見内容】

- 1 以下の条項については、例外なく無効である旨の規定を設けるべきである。

- (1) 消費者の解除権・解約権をあらかじめ放棄させる条項
- (2) 契約文言の解釈権限を事業者のみに付与する条項
- (3) サルベージ条項（本来であれば全部無効となるべき条項に、その効力を強行法によって無効とされない範囲に限定する趣旨の文言を加えたもの）

2 以下の条項については、当該条項の必要性・相当性について事業者が合理的な理由を主張立証できない限り無効である旨の規定を設けるべきである。

- (1)消費者の解除権・解約権を制限する条項
- (2)事業者に当該条項がなければ認められない解除権・解約権を付与し又は当該条項がない場合に比し事業者の解除権・解約権の要件を緩和する条項
- (3)消費者の一定の作為又は不作為をもって消費者の意思表示があったものと擬制する条項
- (4)法律若しくは契約に基づく当事者の権利・義務の発生要件該当性若しくはその権利・義務の内容についての決定権限を事業者のみに付与する条項

【理由】

不当条項に関する紛争を予防し、予見可能性を高めるため、不当条項に該当すると目される条項については、例示することが望ましいところ、上記の各条項は、いずれも原則的には不当条項に該当すると考えられる類型であり、消費者契約法の改正にあたっては、上記のとおり条文上明記するべきである。

以 上