



弁護士法人 瓜生・糸賀法律事務所

URYU & ITOGA <https://uryuitoga.com>

東京事務所 〒107-6036 東京都港区赤坂1丁目12番32号  
アーク森ビル 36階

TOKYO OFFICE Ark Mori Bldg, 36F 12-32, Akasaka 1-chome  
Minato-ku, Tokyo 107-6036, JAPAN

TEL:03-5575-8400 FAX:03-5575-0800

## 消費者契約法の主な改正内容

1. はじめに
2. 消費者契約法の主な改正内容
3. 終わりに

弁護士 萩原 亮太

### 1. はじめに

消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律(以下「消費者裁判手続特例法」といいます。)の一部を改正する法律(令和4年法律第59号、以下「本改正法」といいます。)は2022年5月25日に成立し、同年6月1日に公布されました。本改正法のうち、適格消費者団体の事務に関する改正規定及び消費者裁判手続特例法に関する改正規定は2023年10月1日に施行され、それ以外は同年6月1日に施行されています。

本改正法は、消費者庁の「消費者契約法・消費者裁判手続特例法の改正(概要)」(以下「消費者庁説明資料」といいます。)<sup>1</sup>によると、本改正法は、消費者契約法との関係においては、消費者

<sup>1</sup> 消費者庁の「消費者契約法・消費者裁判手続特例法の改正(概要)」

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_system/consumer\\_contract\\_act/amendment/2022/assets/consumer\\_system\\_cms101\\_220613\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/amendment/2022/assets/consumer_system_cms101_220613_01.pdf)

契約に関する民事ルールを規定し、平成 30 年改正の附帯決議<sup>2</sup>等に対応するために、消費者裁判手続特例法との関係においては、消費者被害を集团的に回復する裁判手続を規定し、施行(平成 28 年)後の運用状況を踏まえ、明らかになった課題に対応するためである旨が記載されています。

本改正法による改正内容は多岐に亘るところ、本稿では、特に企業等に及ぼす影響も大きいものと考えられる、消費者契約法の主な改正内容を紹介します。

## 2. 消費者契約法の主な改正内容

消費者契約法の主な改正内容としては、①契約の取消権の追加、②解約料の説明の努力義務、③免責の範囲が不明確な条項の無効、④事業者の努力義務の拡充があります。以下でそれぞれについて説明します。

### (1) 契約の取消権の追加

消費者契約法は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、消費者に対して一定の行為をしたことにより、当該消費者が困惑し、それによって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、当該消費者がこれを取り消すことができる旨規定しています(消費者契約法第 4 条第 3 項)。そして、本改正法において、以下の 3 つの類型が取消可能な一定の行為の類型に追加されました。

#### (a) 消費者を任意に退去困難な場所に同行し勧誘(消費者契約法第 4 条第 3 項第 3 号)

当該消費者に対し、(a)当該消費者契約の締結について勧誘をすることを告げずに、(b)当該消費者が任意に退去することが困難な場所であることを(c)知りながら、(d)当該消費者をその場所に同行し、(e)その場所において当該消費者契約の締結について勧誘をすること(注：(a)ないし(e)は筆者が付したもの)。

消費者庁が公表している「逐条解説(令和 5 年 9 月)」(以下「逐条解説」といいます。)<sup>3</sup>によると、上記(b)の「消費者が任意に退去することが困難な場所」であるか否かは、当該消費者の事情を含む諸般の事情から客観的に判断されることとされ、消費者が車で人里離れた勧誘場所に連れて行かれ、帰宅する交通手段がない場合や、階段の上り下りが困難といった身体的な障害がある消費者が、階段しかない建物の 2 階に連れて行かれた場合がこの要件に該当する例として記載されています。

また、その他の要件として、当該消費者が任意に退去することが困難であることについての事業者の主観的認識(上記(c))や、事業者が消費者を退去困難な場所に同行したこと(上記(d))が設けられていることにも留意が必要と思われます。

なお、逐条解説によると、同号が適用される事例として、以下が記載されており、参考になるものと思われます。

<sup>2</sup> 平成 30 年改正の附帯決議の内容は衆議院のウェブサイト(下記リンク)から確認することができます。

[https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb\\_rchome.nsf/html/rchome/futai/shohisha8eb5ba674ce288064925829800407c06.htm](https://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_rchome.nsf/html/rchome/futai/shohisha8eb5ba674ce288064925829800407c06.htm)

<sup>3</sup>

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_system/consumer\\_contract\\_act/annotations/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/annotations/)

- 知人から観光に誘われ、その知人が勤める店の車に乗ったところ、観光目的地の途中で、知人が勤める店の展示会場に連れていかれた。腰椎ベルトを勧められ、その店の車で来ていたことから断れず、契約してしまった。

#### (b) 契約締結の相談を行うための連絡を威迫する言動を交えて妨害(消費者契約法第4条第3項第4号)

当該消費者が(a)当該消費者契約の締結について勧誘を受けている場所において、(b)当該消費者が当該消費者契約を締結するか否かについて相談を行うために電話その他の内閣府令で定める方法によって当該事業者以外の者と連絡する旨の意思を示したにもかかわらず、(c)威迫する言動を交えて、(d)当該消費者が当該方法によって連絡することを妨げること(注:(a)ないし(d)は筆者が付したもの)。

上記(b)のうち、「当該消費者が当該消費者契約を締結するか否かについて相談を行うために電話その他の内閣府令で定める方法」については、電話のほか電子メールを送信する方法が規定されているほか(消費者契約法施行規則第1条の2)、逐条解説によると、SNSのメッセージ機能を用いる場合も含まれるとされ、さらには、技術の進展に伴い新たな連絡の方法が消費者によって用いられる場合も、当該方法が受信する者を特定して情報を伝達するために用いられる電気通信を送信する方法に当たれば、これに該当するとされています。

また、上記(c)の「威圧する言動」とは、逐条解説によると、消費者が連絡することを妨げることに向けられた、他人に対して言語挙動をもって氣勢を示し、不安の感を生ぜしめることをいうとされ、畏怖(恐怖心)を生じさせない程度の行為も含まれるとされています。

なお、逐条解説によると、同号が適用される事例として、以下が記載されており、参考になるものと思われます。

- ショッピングセンターで、ウォーターサーバーの無料レンタルとミネラルウォーターの定期購入契約を勧められた。親に相談したいと伝えたが、それはダメだと強引に契約を迫られ、やむなく契約した。

#### (c) 契約前の義務実施・契約目的物の現状変更(消費者契約法第4条第3項第9号)

当該消費者が(a)当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をする前に、(b)当該消費者契約を締結したならば負うこととなる義務の内容の全部若しくは一部を実施し、又は当該消費者契約の目的物の現状を変更し、(c)その実施又は変更前の原状の回復を著しく困難にすること(注:(a)ないし(c)は筆者が付したもの)。

上記(b)のうち、「当該消費者契約を締結したならば負うこととなる義務の内容の全部若しくは一部を実施し」については、逐条解説によると、その行為が、通常、当該消費者契約を締結したならば当該事業者が実施する行為であるか否かなどの事情を考慮して判断するとされています。

また、上記(c)のうち、「原状の回復を著しく困難にすること」については、逐条解説によると、事業者が義務の全部若しくは一部を実施し、又は目的物の現状を変更することによって、実施・変更前の原状(事業者による義務の全部若しくは一部の実施前又は目的物の現状変更前の状態)の回復を物理的に又は消費者にとって事実上不可能とすることをいうとされています。この点、逐条解説によると、消費者にとって事実上不可能かどうかは、当該消費者契約において、一般的・平均的な消費者を基準として社会通念を基に規範的に判断されるとされており、例えば、原状の回復について専門知識や経験、道具等が必要となるために、一般的・平均的な消費者をして原状の回復が事実上不可能であるといえる場合には、「原状の回復を著しく困難にする」ものと考えられるものの、単に消費者に契約の目的物である動産を引き渡すといった場合であれば、一般的・平

均的な消費者であれば事業者に動産を返還することにより容易に原状の回復が可能であるといえるから、「原状の回復を著しく困難にする」ものとは考えられないとされています。

なお、逐条解説によると、同号が適用される事例として、以下が記載されており、参考になるものと思われます。

- さお竹屋が自宅のそばに来たので話をしたところ、契約をする前に事業者が庭の物干し台の位置を見ながらメジャーで必要な長さを測定し、それに合わせてさお竹を必要な寸法に切って代金を請求してきた。既にさお竹は自分に必要な寸法に切られてしまっているため断ることができずに代金を払ってしまった。
- ガソリンを入れようとガソリンスタンドに立ち寄ったところ、店員が「無料点検を実施しています」と言いながら、勝手にボンネットを開けてエンジンオイルも交換してしまった。断ることができず、エンジンオイルの費用を払ってしまった。
- 不用品の買取りのために訪問した業者に対し、査定してもらうために指輪やネックレスなどの貴金属を見せたところ、「切断しないと十分な査定ができない」と言われ、全ての貴金属を切断されてしまい、買取りに応じてしまった。

## (2) 解約料の説明努力義務

### (a) 消費者に対する説明努力義務

消費者契約法では、事業者と消費者の消費者契約において、(i)消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項で、これらの合算額が当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超える場合、及び(ii)消費者の金銭債務の債務不履行の損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項で、年率14.6%を超える場合には、当該超過部分は無効とされています(消費者契約法第9条第1項各号)。

しかしながら、本改正法による改正前の消費者契約法では、事業者は消費者に対し、損害賠償の額の予定又は違約金の算定の根拠を説明する必要はなく、その結果、逐条解説によると、違約金が発生することが契約条項に明記されていたとしても、違約金額が妥当なものであることについて事業者から十分な説明がないため、消費者が判断できずに紛争が発展することがあったとされています。

これを踏まえ、本改正法において、事業者が損害賠償の額の予定又は違約金を定めた契約条項に基づき損害賠償又は違約金等を請求する場合において消費者からの求めに応じて、事業者が損害賠償の額の予定又は違約金の算定の根拠の概要について説明する努力義務が新設されました(消費者契約法第9条第2項)。

逐条解説によると、上記の「損害賠償の額の予定又は違約金の算定の根拠の概要」とは、違約金等を事業者が設定するに当たって考慮した事項、当該事項を考慮した理由、使用した算定式、金額が適正と考えた根拠など違約金等を設定した合理的な理由を意味しており、違約金等を設定するに当たって考慮した事項とは、例えば、消費者契約における商品、権利、役務等の対価、解除の時期、消費者契約の代替可能性、費用の回復可能性など違約金等に影響を与える事項をいうとされています。

また、逐条解説によると、事業者に求められる説明は算定の根拠の概要であるため、費用などの具体的な数字については説明する必要はなく、違約金等の設定に当たり考慮された費用項目などを説明することで足りるとされていますが、他方で、事業者は、請求する損害賠償又は違約金が平均的な損害の額を超えているか否かについて、消費者が理解し得るように説明するよう努めなければならないとされていることには留意が必要と思われます。

さらに、逐条解説によると、努力義務である以上、この規定の義務違反を理由として、意思表示の取消しや損害賠償責任といった私法的効力が直ちに生ずるものではないとされていますが、態様によっては、何かしらの司法的効果が生じることまでは否定されていないものと思われることには留意が必要と思われます。

### (b) 適格消費者団体に対する説明努力義務

本改正法により、消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項におけるこれらを合算した額が上記(2)(a)(i)の平均的な損害の額を超えると疑うに足りる相当な理由があるときには、適格消費者団体<sup>4</sup>は、消費者契約法施行規則第1条の4に規定する方法<sup>5</sup>により、当該条項を定める事業者に対し、その理由を示して、当該条項に係る算定根拠を説明するよう要請することができることとし(消費者契約法第12条の4第1項)、算定根拠に営業秘密が含まれる場合その他の正当な理由がある場合を除き、事業者には当該要請に応じる旨の努力義務が新たに課されました(消費者契約法第12条の4第2項)。

この点、上記(2)(a)の消費者に対する説明努力義務とは異なり、「算定の根拠の概要」ではなく「算定根拠」となっており、「概要」とはなっていない点には留意が必要です。これにつき、逐条解説によると、適格消費者団体は具体的な数字を含めた費用項目や算定式について事業者の説明するよう要請することができるとされており、消費者に対する説明努力義務に比して、具体的な金額の説明努力義務が求められています。

### (3) 免責の範囲が不明確な条項の無効

消費者契約法では、事業者が故意又は重大な過失がある場合における事業者の損害賠償義務の一部を免除する契約条項は無効とされているところ(消費者契約法第8条第1項第4号)、実務上は、故意又は重大な過失がある場合か、軽過失の場合かを明示せず、「法律上許される限り」等との留保文言を付し、例えば「法律上許される限り賠償限度額を〇万円とする」といったような事業者の損害賠償義務の一部を免除する契約条項を設けることが行われており、その結果、事業者の免責の範囲が不明確となっていました。

これを踏まえ、本改正法において、事業者の損害賠償義務の一部を免除する契約条項で、重過失を除く過失(つまり軽過失)による行為にのみ適用されることを明らかにしていないものは、無効とする規定が新設されました(消費者契約法第8条第3項)。

具体的には、例えば、消費者庁説明資料には、無効となる例として、「法令に反しない限り、1万円を上限として賠償します」、有効となる例として、「軽過失の場合は1万円を上限として賠償します」との記載があります。

そのため、損害賠償責任の一部を免除する契約条項は、事業者が軽過失の場合に限り有効であることを明らかにする必要があり、その旨明らかにしていない契約条項は無効となるため、事業者が軽過失の場合に限り有効であることを明らかにしていない損害賠償責任の一部を免除する契約条項を用いている場合には、当該条項を変更する必要があります。

<sup>4</sup> 不特定かつ多数の消費者の利益のためにこの法律の規定による差止請求権を行使するのに必要な適格性を有する法人である消費者団体で、内閣総理大臣の認定を受けた者をいいます(消費者契約法第2条第4項)。

<sup>5</sup> 具体的には、①名称及び住所並びに代表者の氏名、②電話番号、電子メールアドレス及びファクシミリ番号、③当該事業者又はその代理人の氏名又は名称、④消費者契約法第12条の4第1項の規定による要請である旨、⑤要請の理由、⑥希望する説明の実施の方法を記載又は記録した書面又は電磁的記録を交付又は提供して行うものとされています。

なお、当該条項を変更しない場合、適格消費者団体の契約条項の開示要請の対象となり得るほか(消費者契約法第12条の3第1項)、差止め等の対象となり得ることに併せてご留意ください(消費者契約法第12条第3項)。

#### (4) 事業者の努力義務の拡充

本改正法により、例えば以下に記載するように、事業者の努力義務が拡充されている点にも留意が必要と思われます。

- 事業者が消費者契約の締結について勧誘をする際の、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を消費者に提供する努力義務に関し、提供対象となる必要な情報の考慮材料となる事由を「個々の消費者の知識及び経験を考慮」から「事業者が知ることができた個々の消費者の年齢、心身の状態、知識及び経験を総合的に考慮」に拡充(消費者契約法第3条第2号)
- 事業者が民法第548条の2第1項に規定する定型取引合意に該当する消費者契約の締結について勧誘をするに際して、消費者が定型約款の内容を容易に知り得る状態に置く措置を講じているときを除き、消費者が民法第548条の3第1項に規定する請求を行うために必要な情報を提供する努力義務の新設(消費者契約法第3条第3号)
- 消費者の求めに応じて、消費者契約により定められた当該消費者が有する解除権の行使に関して必要な情報を提供する努力義務の新設(消費者契約法第3条第4号)
- 適格消費者団体による事業者に対する開示要請及び説明要請に関する規定の新設及びこれに対し応じる旨の事業者に対する努力義務の新設(消費者契約法第12条の3ないし第12条の5)

### 3. 終わりに

本改正法による改正内容には、消費者契約法との関係では、上述の主な改正内容のほか、適格消費者団体関係の書類の見直し(消費者契約法第14条第2項第8号)や、毎事業年度の学識経験者の調査(本改正法による改正前の消費者契約法第31条第2項)の廃止等があるほか、本稿で取り上げていない消費者裁判手続特例法との関係では、対象となる損害や被告の拡大(消費者裁判手続特例法第3条第1項ないし第3項)、消費者への情報提供方法の充実(消費者裁判手続特例法第9条、第27条、第28条、第95条)等の改正があるなど、本改正法による改正内容は多岐にわたります。

消費者と契約を締結等している企業で、本改正法を踏まえた対応等を講じていない企業においては、本改正法による改正内容を踏まえ、消費者との契約内容や契約締結時の行為態様等に関する対応等を早急に検討する必要があるものと思われます。

本ニュースレターに関するお問い合わせは、下記までご連絡ください。

(<https://uryuitoga.com/form>)

以上

当事務所は、本書において法的助言を提供するものではありません。個別の案件については案件ごとの具体的な状況に応じ、弁護士その他の専門家にご相談いただきますようお願い申し上げます。

©URYU & ITOGA 2024