

一問一答 消費者契約法の一部を改正する法律(平成 28 年法律第 61 号)

目次

＜総論＞

- 問 1 今回の改正の経緯はどのようなものですか。
- 問 2 今回の改正はどのような考え方に基づいて検討がなされたものですか。
- 問 3 今回の改正と民法（債権関係）の見直しに関連する論点としてはどのようなものがありますか。

＜過量な内容の消費者契約の取消し＞

- 問 4 過量な内容の消費者契約の取消しを認める必要性はどのようなものですか。
- 問 5 一人暮らしでめったに外出しない消費者に対して、何十着もの着物を販売するような場合は、過量な内容の消費者契約の取消しが認められるのですか。
- 問 6 過量な内容の消費者契約に当たるかどうかはどのように判断されることとなるのですか。
- 問 7 過量な内容の消費者契約に当たるかどうかの判断に際し、消費者の生活の状況についての当該消費者の認識によって結論が左右されることとなり得る事例はどのようなものですか。
- 問 8 当該消費者の認識を考慮することによって、認知症の高齢者が事業者に勧められたために必要であると思い、大量の商品を買わされたという事例は、対象外となることはないのですか。
- 問 9 過量な内容の消費者契約の取消しが認められるためには、事業者が過量な内容の消費者契約に当たることを知っていたことが要件とされているのはなぜですか。
- 問10 過量な内容の消費者契約に当たることについての事業者の認識を消費者が立証することは困難ではないのですか。
- 問11 いわゆる次々販売の事例において、新たに締結する消費者契約と既に締結されている消費者契約の目的となるものが同種であるかどうかは、どのように判断されるのですか。
- 問12 アイドルとの握手券が付いたCDを大量に購入したという事例については、過量な内容の消費者契約の取消しが認められるのですか。
- 問13 過量な内容の消費者契約に当たるかどうかの判断が個別の事例に

よって異なるとすると、セールストークが難しくなるなど、事業者の営業活動に萎縮的な効果を及ぼすことはないのですか。

<重要事項の範囲>

問14 重要事項の範囲を拡大する必要性はどのようなものですか。

問15 真実に反して「溝が大きくすり減っていてこのまま走ると危ない、タイヤ交換が必要である。」と告げて新しいタイヤを購入させる事例では、重要事項の範囲を拡大することによって取消しが認められますか。また、その他には、どのような事例で取消しが認められるようになりますか。

問16 重要な利益という文言は何を指すのですか。

問17 山林の所有者が測量会社から当該山林には売却可能性があるという説明を受けて当該山林の測量契約を締結したが、当該山林は実際には市場流通性の認められないものであったという事例では、不実告知による取消しが認められるのですか。

<取消権を行使した消費者の返還義務>

問18 取消権を行使した消費者の返還義務の範囲を現存利益に限定する必要性はどのようなものですか。

<取消権の行使期間>

問19 取消権の短期の行使期間を伸長する必要性はどのようなものですか。

問20 取消権の行使期間のうち、短期の行使期間について1年間に伸長するだけでは不十分であり、より長い期間に伸長すべきではないのですか。

<「民法の規定による」の削除>

問21 消費者契約法第8条第1項第3号及び第4号において、「民法の規定による」という文言を削除する必要性はどのようなものですか。

<消費者の解除権を放棄させる条項の無効>

問22 事業者の債務不履行や瑕疵担保責任に基づく消費者の解除権を放棄させる条項を無効とする必要性はどのようなものですか。

問23 ①携帯電話端末の売買契約における「契約後のキャンセル・返品、返金、交換は、一切できません。」という条項、②進学塾の冬期講習受講契約における、代金払込後の解除を一切許さない旨の特約、あるいは、③貸衣装契約における「オーダーレンタルについては、契約後

のキャンセルには応じられません。」という条項は、消費者契約法第8条の2に該当して無効になりますか。

＜消費者契約法第10条の第一要件に該当する条項の例示＞

問24 消費者契約法第10条の第一要件に例示を追加する必要性はどのようなものですか。

問25 掃除機を購入したところ、当該掃除機が届けられた際に健康食品のサンプルが同封されており、当該掃除機の売買契約の中には、消費者が、健康食品の継続購入が不要であるという電話をしない限り、今後、当該健康食品を継続的に購入する契約を締結したものとみなすという契約条項が含まれていたという事例については、消費者契約法第10条の第一要件の例示に該当するのですか。

問26 連絡がない限り雑誌の定期購読契約は有効に継続し、毎月1回、雑誌が届けられるという事例については、消費者契約法第10条の第一要件の例示に該当するのですか。

問27 今回の改正前に消費者契約法第10条に該当しなかった契約条項は改正後も第10条に該当しないということですか。

＜その他＞

問28 消費者契約法の一部を改正する法律（平成28年法律第61号）の規定は、いつから施行されることとなるのですか。

問29 改正後の消費者契約法の規定については、いつの時点を基準として適用されるのですか。

<総論>

問 1 今回の改正の経緯はどのようなものですか。

(答)

1. 近年の高齢化の進展を始めとした社会経済情勢の変化等により、高齢者の消費者被害が増加しており、改正前の消費者契約法では十分に被害救済を図ることが難しい事案^(注1)もあります。また、平成13年に消費者契約法が施行されてから、裁判例や消費生活相談事例が蓄積しており、その傾向等も踏まえ、適切な措置を講じる必要があります。

(注1) 例えば、事業者が、一人暮らしの高齢者に対し、その生活の状況を知りながら、店舗で大量の着物を購入させるという事案が挙げられます。

2. こうした状況を踏まえ、平成26年8月5日に内閣総理大臣から内閣府消費者委員会（以下「消費者委員会」といいます。）に対し、消費者契約法の規律等の在り方についての諮問が行われました。その後、消費者委員会の消費者契約法専門調査会における審議^(注2)を経て、平成28年1月7日に諮問に対する答申がなされました。

(注2) 消費者委員会に設置された消費者契約法専門調査会において、平成26年11月から平成27年12月までの間に合計24回の審議が行われました。

3. 消費者委員会の答申を踏まえ、消費者庁において所要の法制化作業を行い、平成28年3月4日に「消費者契約法の一部を改正する法律案」が閣議決定され、国会に提出されました。その後、国会における審議^(注3)を経て、平成28年6月3日に公布されました（平成28年法律第61号）。

(注3) 衆議院では平成28年5月10日に、参議院では平成28年5月25日に可決されました（共に全会一致）。

問2 今回の改正はどのような考え方に基づいて検討がなされたものですか。

(答)

1. 今回の改正に当たっては、平成13年の消費者契約法施行後の社会経済情勢の変化、裁判例等の傾向、民法等との関係といった視点を踏まえ、検討がなされています。

2. 具体的には、

- ・高齢化の更なる進展を始めとした社会経済情勢の変化に適切に対応すること
- ・裁判例及び消費生活相談事例の傾向も踏まえ、紛争解決の基準を明確化し、消費生活相談の現場で消費者契約法が十分に活用されるとともに、事業者の予測可能性を確保すること
- ・民法及び個別の業法における民事ルールとの関係^(注)を踏まえ、消費者契約法の規定を適切に位置付けること

が挙げられます。

(注) 消費者契約法については、対等な当事者間における法律関係を念頭に置く民法との関係では特別法に当たりますが、個別の業法における民事ルールとの関係では消費者契約に関する一般法に当たります。

問3 今回の改正と民法（債権関係）の見直しに関連する論点としてはどのようなものがありますか。

（答）

1. 今回の改正においては、現在国会に提出されている民法の一部を改正する法律案で取消しの効果は原状回復が原則とされていること^{（注1）}を踏まえ、取消権を行使した消費者の返還義務に関する規定^{（注2）}を設けています。

（注1）現在継続審議となっている民法の一部を改正する法律案（第189回国会閣法第63号）

が成立し、施行された場合には、同法案による改正後の民法第121条の2第1項として規定されることになります。

（注2）消費者契約法の一部を改正する法律（平成28年法律第61号）による改正後の消費者契約法第6条の2の規定を指すものです。

2. また、過量な内容の消費者契約の取消しについては、民法（債権関係）の見直しに関する法制審議会の審議の内容^{（注3）}も参照しつつ、立案を行ったものです。

（注3）いわゆる暴利行為に当たる法律行為は無効とする旨の規定を設けるかどうかについての審議の内容などが挙げられます。

3. このように、民法の一部を改正する法律案や法制審議会における議論の内容も踏まえた上で、今回の改正が行われています。

（参考１）現行法の規定

○民法（明治二十九年法律第八十九号）

（不当利得の返還義務）

第七百三条 法律上の原因なく他人の財産又は労務によって利益を受け、そのために他人に損失を及ぼした者（以下この章において「受益者」という。）は、その利益の存する限度において、これを返還する義務を負う。

（参考２）

○民法の一部を改正する法律案（第 189 回国会閣法第 63 号）による改正後の民法

（原状回復の義務）

第二百一十一条の二 無効な行為に基づく債務の履行として給付を受けた者は、相手方を原状に復させる義務を負う。

- 2 前項の規定にかかわらず、無効な無償行為に基づく債務の履行として給付を受けた者は、給付を受けた当時その行為が無効であること（給付を受けた後に前条の規定により初めから無効であったものとみなされた行為にあつては、給付を受けた当時その行為が取り消すことができるものであること）を知らなかったときは、その行為によって現に利益を受けている限度において、返還の義務を負う。
- 3 第一項の規定にかかわらず、行為の時に意思能力を有しなかった者は、その行為によって現に利益を受けている限度において、返還の義務を負う。行為の時に制限行為能力者であった者についても、同様とする。

<過量な内容の消費者契約の取消し>

問 4 過量な内容の消費者契約の取消しを認める必要性はどのようなものですか。

(答)

1. 消費者契約法の施行後に高齢化が更に進展したことの影響も受け、合理的な判断をすることができない事情がある消費者に対し、事業者がその事情につけ込んで不必要なものを大量に購入させる等の消費者被害^(注1)が発生しています。

(注1) 例えば、呉服等の販売会社が、店舗に来訪した高齢者に対し、認知症のために財産管理能力が低下している状態を利用して、老後の生活に充てるべき資産をほとんど使ってしまふほどの着物や宝石等の商品を購入させた事案（奈良地裁平成 22 年 7 月 9 日消費者法ニュース 86 号 129 頁）があります。

2. このような消費者被害の救済について、これまでは公序良俗（民法第 90 条）や不法行為に基づく損害賠償請求（民法第 709 条）といった一般的な規定に委ねられていましたが、これらの規定は要件が抽象的であり、どのような場合に適用されるかが、消費者にとって必ずしも明確ではない部分がありました。

3. そこで、消費者契約の特質を踏まえた明確な要件を定めて、過量な内容の消費者契約の取消しを認める規定を消費者契約法に設けることとしました。

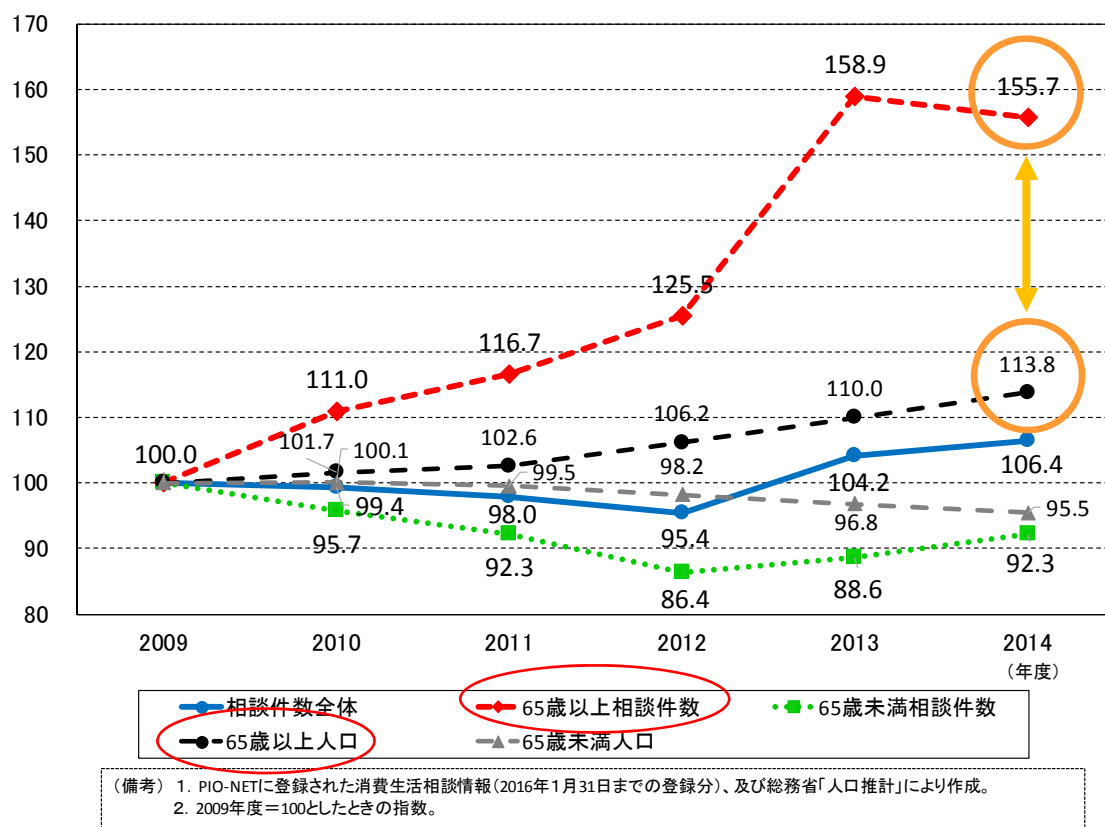
4. 具体的には、

- ・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^(注2)を著しく超えるものであることを
- ・勧誘の際に事業者が知っていた場合において、消費者が、その勧誘によ
って当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときに
取り消すことができることとするものです。

(注2) 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指すものです。

（参考）高齢者に関する相談の増加（高齢化の伸び以上）

消費生活相談件数と人口の推移



（平成 27 年版消費者白書 図表 3－1－9 より）

問5 一人暮らしでめったに外出しない消費者に対して、何十着もの着物を販売するような場合は、過量な内容の消費者契約の取消しが認められるのですか。

(答)

1. 過量な内容の消費者契約に関する規定は、
- ・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^(注1)を著しく超えるものであることを
 - ・勧誘の際に事業者が知っていた場合において、消費者が、その勧誘によって当該消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたときに取り消すことができることとするものです。

(注1) 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指すものです。

2. 設問のように、一人暮らしでめったに外出しない消費者に対して、何十着もの着物を販売する事例では、
- ・一人暮らしでめったに出掛けない消費者にとっては、せいぜい数着の着物を所持していれば生活をする上で足りるはずであり、何十着という分量は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であり
 - ・事業者が、そのことを知りながら勧誘をして販売したのであれば、取消しが認められる^(注2)と考えられます。

(注2) 同様に、

- ・消費者に対して、同じ健康器具を何台も販売する事例
 - ・消費者に対して、摂取しきれないほどの大量の健康食品を販売する事例
- においても、事業者が、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であることを知りながら、勧誘をして販売したのであれば、取消しが認められると考えられます。

(参考) 過量な内容の消費者契約の取消しが認められるための要件

過量な内容の消費者契約の取消し(法第4条第4項)

条文(概要)

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、

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^①の分量等

(過量な内容であること)

(消費者契約の目的となるものの^②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。(前段)

(※)消費者が既に同種の契約を締結していた場合は、その契約の目的となるものの分量等も合算して、過量かどうかを判断する。(後段)

ポイント①

事業者が、勧誘の際に、
過量であることを知っていた場合が対象



- ・事業者が消費者の生活の状況等を知らない場合には適用されない。
- ・消費者の生活の状況等を調査する義務はない。

ポイント②

過量性の判断の基礎事情

- (1) 内容 … 性質、性能、大きさ、用途等
(例) 缶詰と生鮮食品
- (2) 取引条件 … 価格、景品類提供の有無等
(例) 100円の商品と高価品、大量購入で割引
- (3) 消費者の生活の状況 … 一時的なものも含む
(例) 世帯構成人数、友達が遊びに来る
(※)「契約の締結を必要とする特別の事情」(特商法)はこの要件に取り込まれる(消費者が立証)。
- (4) (3)についての消費者の認識
(例) 1か月後の友達の来訪予定を翌日と勘違い

ポイント③

事業者の勧誘と意思表示との間に
因果関係が必要



- ・消費者が自らレジに持参したり、自ら注文したりした場合は対象外

問6 過量な内容の消費者契約に当たるかどうかはどのように判断されることとなるのですか。

(答)

1. 過量な内容の消費者契約とは、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分量等を著しく超えるものです。

2. 当該消費者にとっての通常分量等については、①消費者契約の目的となるものの内容及び②取引条件^(注1)、並びに③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④これについての当該消費者の認識^(注2)を総合的に考慮した上で、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ます。

(注1) 消費者契約の目的となるものの「内容」としては、性質・性能・機能・効能、重量・大きさ、用途等が考えられます。例えば、生鮮食品のようにすぐに消費しないと無価値になってしまうものは、缶詰のように比較的長期間の保存が前提とされるものと比べて、過量な内容の消費者契約に当たりやすいと考えられます。消費者契約の目的となるものの「取引条件」としては、価格、支払時期、景品類提供の有無等が考えられます。例えば、何十万円もする高価品は、100 円の商品と比べて、当該消費者にとっての通常分量等が少なくなり、過量な内容の消費者契約に当たりやすいと考えられます。

(注2) 消費者の「生活の状況」には、当該消費者の生活に関するものである限り、当該消費者の職業、世帯構成人数、交友関係、趣味・嗜好、消費性向等の日常的な生活の状況のほか、たまたま友人が遊びに来る、お世話になった近所の人たちに御礼の品を配る目的があるなどの一時的な生活の状況も含まれますが、客観的に存在し得るものであることを要します。また、これについての当該消費者の「認識」とは、上述の「生活の状況」についての当該消費者自身の認識を指します。

3. また、当該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分量等を著しく超えるかどうかについては、上述の①～④の要素を考慮した上で、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ます。

問7 過量な内容の消費者契約に当たるかどうかの判断に際し、消費者の生活の状況についての当該消費者の認識によって結論が左右されることとなり得る事例はどのようなものですか。

(答)

1. 例えば、一人暮らしの消費者が、翌日に友人が10人遊びに来ると勘違いをして10人分の食材を購入したものの、実際に友人が遊びに来るのは1か月後であったという事例^(注)が挙げられます。

(注) このような場合、事業者は、翌日に友人が10人遊びに来るかどうかについて、通常は消費者の認識に基づき判断するしかないことから、仮に消費者の勘違いであったとしても、それを前提に判断することとしないと、取引の安全を害することとなります。

2. 消費者の生活の状況については、友人が遊びに来るという一時的な生活の状況も含まれますが、この事例においては、事業者が勧誘をする時点では、1か月後に友人が遊びに来るという生活の状況が、客観的には存在しています。
3. そして、消費者は、友人が遊びに来るという1か月後の客観的な生活の状況を翌日のものと認識して大量に食材を購入したものであることから、当該消費者の認識に照らせば、過量な内容の消費者契約には当たらないこととなり得る事例と考えられます。

問8 当該消費者の認識を考慮することによって、認知症の高齢者が事業者に勧められたために必要であると思い、大量の商品を買わされたという事例は、対象外となることはないのですか。

(答)

1. 消費者にとっての通常分量等については、①消費者契約の目的となるものの内容及び②取引条件、並びに③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④これについての当該消費者の認識を総合的に考慮した上で判断されるため、当該消費者の認識を考慮しても、それだけで認知症の高齢者が大量の商品を買わされたという事例が対象外となるわけではありません。
2. 例えば、既に同級生と連絡を取れず疎遠になっている認知症の高齢者が、当該消費者の生活の状況からは客観的に存在していないにもかかわらず、何十人もの同級生が遊びに来ると思い込んだ上で、大量の食材を購入した事例においては、そもそも客観的に存在していない生活の状況についての当該消費者の認識を観念することはできません。したがって、この場合は、当該消費者にとっての通常分量等を判断するに当たって、当該消費者の認識は考慮されないことから、通常は過量な内容の消費者契約に当たることとなると考えられます。

問9 過量な内容の消費者契約の取消しが認められるためには、事業者が過量な内容の消費者契約に当たることを知っていたことが要件とされているのはなぜですか。

(答)

1. 過量な内容の消費者契約の取消しは、合理的な判断をすることができない事情がある消費者に対し、その事情につけ込んでこのような契約を締結させるという事業者の行為の悪質性に着目したものです。
2. そして、事業者が過量な内容の消費者契約であることを知らなければ、事業者が消費者の事情につけ込んだとはいえ、事業者の行為に取消しを認めるまでの悪質性はないことから、事業者の認識を要件としています。

(注) なお、消費者委員会の答申（平成28年1月7日）の別添「消費者契約法専門調査会報告書」では、以下の記載があり、事業者の認識があることを取消しの要件とすることとされています（下線は消費者庁で付したものです）。

第2 速やかに法改正を行うべき内容を含む論点

2. 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

事業者が、消費者に対して、過量契約（事業者から受ける物品、権利、役務等の給付がその日常生活において通常必要とされる分量、回数又は期間を著しく超える契約）に当たること及び当該消費者に当該過量契約の締結を必要とする特別の事情がないことを知りながら、当該過量契約の締結について勧誘し、それによって当該過量契約を締結させたような場合に、意思表示の取消しを認める規定を新たに設けることとする。

問10 過量な内容の消費者契約に当たることについての事業者の認識を消費者が立証することは困難ではないのですか。

(答)

1. 1人の消費者に対し、事業者が次々と必要のない商品等を販売した事例（いわゆる次々販売）では、事業者は、消費者と繰り返しやり取りをして、結果的に当該消費者にとっての通常の分量等を著しく超えるような契約の締結について勧誘をしている以上、その過程において、当該消費者の生活の状況等について、当該事業者が何も知らないということは、通常はないと考えられます。このため、次々販売の事例であるということ自体から、事業者の認識は一定程度、推認されるものと考えられます^(注1)。

(注1) また、家族や知人が過量な内容の消費者契約の締結に気づき、事業者に対して、これ以上の取引をしないように申し出る場合があります。このような場合には、事業者は遅くとも申出がなされた時点において、過量な内容の消費者契約であることを認識するに至ったと考えられることから、家族や知人の証言等も有効な立証手段となります。

2. また、同じ事業者による同様の被害が他でも発生しているという情報、具体的には、当該事業者が、捜査機関によって摘発を受けたという情報、行政処分を受けたという情報、PIO-NETにおいて同種の苦情が寄せられているという情報^(注2)等も間接的ではありますが、立証手段の一つとなると考えられます。

(注2) PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）は、国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステムです（昭和59年運用開始）。

問11 いわゆる次々販売の事例において、新たに締結する消費者契約と既に締結されている消費者契約の目的となるものが同種であるかどうかは、どのように判断されるのですか。

(答)

1. 消費者契約の目的となるものが同種であるかどうかは、事業者の設定した区分によるのではなく、消費者契約の目的となるものの種類、性質、用途等に照らして、別の種類のものとして並行して給付を受けることが、通常行われているかどうかによって判断されるものと考えられます。
2. 例えば、ネックレスとブレスレットは、いずれも身を飾るための装身具であり、具体的な種類、性質、用途等に照らしての判断とはなるものの、通常は同種であると判断されるものと考えられます。
3. また、消費者契約の目的となるものが同種であるかどうかの判断は、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かどうかの判断^(注)と同様に、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行われることとなります。

(注) 当該消費者にとっての通常の分量等については、①消費者契約の目的となるものの内容及び②取引条件、並びに③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④これについての当該消費者の認識を総合的に考慮した上で、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ます。また、当該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かどうかについては、上述の①～④の要素を考慮した上で、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ます。

問12 アイドルとの握手券が付いたCDを大量に購入したという事例については、過量な内容の消費者契約の取消しが認められるのですか。

(答)

1. このような事例では、一般的には、消費者が自ら商品をレジに持参して購入するものと考えられます。そのような場合には、事業者から消費者に対して勧誘がなされていないことから、過量な内容の消費者契約の取消しの規定は適用されないこととなります。
2. また、仮に勧誘がなされた事例であったとしても、そのCDを発売したアイドルのファンである消費者が購入するような場合には、握手券が付いているという商品の内容や、そのアイドルのファンであるという消費者の生活の状況を考慮すれば、過量な内容の消費者契約には当たらないと判断されることが多いと考えられます。
3. ただし、そのような消費者の生活の状況等を考慮したとしても、販売されたCDの枚数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である場合においては、事業者がそのことを知りながら勧誘し、それによって当該消費者が契約を締結したときは、過量な内容の消費者契約の取消しの規定が適用されることとなります。

問13 過量な内容の消費者契約に当たるかどうかの判断が個別の事例によって異なるとすると、セールストークが難しくなるなど、事業者の営業活動に萎縮的な効果を及ぼすことはないのですか。

(答)

1. 過量な内容の消費者契約に当たるかどうかの判断は、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行われることとなります。
2. また、取消しが認められるのは、事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者契約の目的物の分量等が当該消費者にとっての通常 of 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限られます。
3. したがって、要件が明確であり、事業者の予測可能性は確保されていることから、事業者の営業活動に萎縮的な効果を及ぼすことはないと考えられます。

(参考) 過量な内容の消費者契約の取消しの規定が適用されないと考えられる事例

- ・ インターネットの通信販売サイトで消費者自身が注文をして大量の商品を購入した事例
⇒ 事業者は注文を受けて商品を引き渡しているだけであり、そもそも事業者が当該消費者にとっての通常 of 分量等を著しく超えるものであることを知りながら勧誘をしたとは通常はいえないことから、規定は適用されません。
- ・ 事業者が近所でも有名な大家族の一員と勘違いして、一人暮らしの消費者に対して勧誘を行った上で大量の商品を販売した事例
⇒ 事業者は当該消費者を大家族の一員であると思ったがゆえに大量の商品を販売しており、当該消費者が一人暮らしであることは知りませんでした。したがって、事業者が当該消費者にとっての通常 of 分量等を著しく超えるものであることを知りながら勧誘したとはいえないことから、規定は適用されません。

<重要事項の範囲>

問14 重要事項の範囲を拡大する必要性はどのようなものですか。

(答)

1. 改正前の消費者契約法は、不実告知による取消しの対象となる重要事項を、物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容、及び対価その他の取引条件としていました。
2. しかしながら、例えば、真実に反して「溝が大きくすり減っていてこのまま走ると危ない、タイヤ交換が必要である。」と告げて新しいタイヤを購入させる事例のように、消費者契約の目的となるものに関しない事項について不実告知をしたことによる消費者被害が生じていましたが、改正前の消費者契約法では取り消すことができませんでした。
このような消費者被害は、消費者が本来不要である契約を締結してしまったものであり、改正前の消費者契約法における重要事項について不実告知があった場合と同様に消費者の誤認が重大であり、取消しが認められるべきであると考えられます。
3. そこで、このような事例においても不実告知による取消しができるようにする観点から、重要事項の範囲を拡大することとしたものです。

問15 真実に反して「溝が大きくすり減っていてこのまま走ると危ない、タイヤ交換が必要である。」と告げて新しいタイヤを購入させる事例では、重要事項の範囲を拡大することによって取消しが認められますか。また、その他には、どのような事例で取消しが認められるようになりますか。

(答)

1. このような事例においては、溝が大きくすり減っているタイヤで走行をした場合に生じる危険は生命、身体、財産についての損害又は危険であり、これを回避するために新しいタイヤ（当該消費者契約の目的となるもの）が通常必要であると判断されるので、取消しが認められることとなります。
2. その他の事例でも、例えば、真実に反して「パソコンがウイルスに感染しており、情報がインターネット上に流出するおそれがある。」と言われ、ウイルスを駆除するソフトを購入した事例では、プライバシーの利益が重要な利益に該当するものであり、プライバシーに関する情報が流出するという重要な利益についての損害又は危険を回避するために、当該ソフト（当該消費者契約の目的となるもの）が通常必要であると判断されるので、取消しが認められます。
3. 真実に反して「このままだと2、3年後には必ず肌がボロボロになる。」と言われ、化粧品を購入した事例では、肌がボロボロになることは身体についての損害又は危険であり、これを回避するために、化粧品（当該消費者契約の目的となるもの）が通常必要であると判断されるので、取消しが認められます。
4. 真実に反して「毛根の組織が死んでいるので自分の毛が生えることは望めない。」と言われ、かつらを購入した事例では、容貌を維持して生活する利益は重要な利益に該当するところ、毛根の組織が死んでおり髪の毛が生えない結果、容貌が悪化したままで改善しないという重要な利益についての損害又は危険を回避するために、かつら（当該消費者契約の目的となるもの）が通常必要であると判断されるので、取消しが認められます。

5. 真実に反して「この資格はまもなく国家資格になる。そうなれば難易度が上がり、資格の取得が困難になる。」と告げられ、その資格を保有していると希望する職業への就職に当たって有利に扱われるため、資格を取得することができる講座の受講を申し込んだ事例では、希望する職業への就職は重要な利益に該当し、希望する職業への就職に当たって有利に扱われなくなるという重要な利益についての損害又は危険を回避するために、講座の受講（当該消費者契約の目的となるもの）が通常必要であると判断されるので、取消しが認められます。

問16 重要な利益という文言は何を指すのですか。

(答)

1. 法的に保護すべき利益として、例示として挙げられている生命、身体、財産と同程度に重要性や価値が認められるものです^(注1)。重要性が必ずしも高くないものについては、それについての損害又は危険を回避するために消費者契約の目的となるものが必要であったとしても重要事項には該当しないことを明確にすることで、取消しが可能となる範囲の適正化を図ったものです。

(注1) 重要な利益に当たるかどうかは、一般的・平均的な消費者を基準として判断されます。

2. 重要な利益の例としては、名誉・プライバシーの利益や電話を使用して通話するという生活上の利益^(注2)が挙げられます。

(注2) 真実に反して「今使っている電話機が使えなくなる。」と言われ、新しい電話機を購入した事例が想定されます。

問17 山林の所有者が測量会社から当該山林には売却可能性があるという説明を受けて当該山林の測量契約を締結したが、当該山林は実際には市場流通性の認められないものであったという事例では、不実告知による取消しが認められるのですか。

(答)

1. 今回の改正によって追加される重要事項については、損害又は危険を回避するためであることが要件とされているところ、この損害には、利益を得られなかったという消極的な損害も含まれます。
2. このような事例においては、山林の売却による利益を得られないことが財産についての損害又は危険に該当します。そして、山林を売却するためには測量が必要であることから、損害又は危険を回避するために、測量(当該消費者契約の目的となるもの)は通常必要であると判断されます。
3. したがって、このような事例においても、不実告知による取消しが認められることとなります。

＜取消権を行使した消費者の返還義務＞

問18 取消権を行使した消費者の返還義務の範囲を現存利益に限定する必要性はどのようなものですか。

(答)

1. 改正前の消費者契約法では、一般に、消費者契約法の規定による取消権を行使した消費者の返還義務の範囲について、給付の時に取消原因があることを消費者が知らなかった場合は、現存利益に限定されると解されており^(注1)、原則として、消費者は手元にある原物を返還すればよい^(注2)と考えられます。

(注1) 民法第703条の規定が適用されると考えられます。

(注2) 原物が手元にはない場合には返還は不要となります。ただし、転売をしたことや他の出費を免れたことなどによって、消費者に利得が残っている場合は、その利得（転売価格相当額や免れた出費の額等）を返還することとなると解されています。また、原物を使用したことによって利益を得ている場合は、その使用利益相当分の金額も返還することとなると解されています。

2. 例えば、1箱1万円のサプリメントを5箱購入し、2箱分を費消したところで事業者の不実告知に気づき、それを理由に取消権を行使した場合には、原則として手元にある3箱を返還すればよいこととなります^(注3)。

(注3) 例えば、「やまいも」にアレルギーのある消費者が、事業者から「やまいも」が含まれていない旨の説明を受けてサプリメントを購入したところ、当該サプリメントには原材料として「やまいも」が含まれていた事例のように、当該サプリメントが、客観的には代金相当額の価値があるものの、当該消費者にとっては、アレルギーの影響などによって、その摂取によって利益を得たと評価することができないものであり、また、当該サプリメントを摂取したことにより、当該消費者が食費等その他の支出を免れていないことを前提としています。

3. これに対し、民法の一部を改正する法律案の関係規定をそのまま適用すると、消費者契約法の規定による取消権を行使した消費者の返還義務の範囲は、原則として原状回復となるものと解されます^(注4)。したがって、上述の2の事例では、手元にある3箱に加え、費消した2箱分の客観的価値（2万円）を返還しなければならないことになります。

(注4) 現在継続審議となっている民法の一部を改正する法律案（第189回国会閣法第63号）が成立し、施行された場合には、同法案による改正後の民法第121条の2第1項が適用されることとなると考えられます。

4. この場合、消費者は、結果的に3箱分（3万円）の返金しか受けられず、2箱分の代金（2万円）を支払ったのと変わらないことになり^{（注5）}、消費者契約法が取消権を認めた趣旨が損なわれてしまうため、従前の規律を維持する規定を設けることが必要であると考えられます。

（注5）返還義務の範囲は以下のとおりと考えられます。

【事例】1箱1万円のサプリメントを5箱購入し、2箱を費消した後（手元には3箱残っている）、事業者の不実告知に気づき、それを理由に消費者が取消権を行使。

	民法（現行法）	民法（改正法案）	<u>消費者契約法（改正法）</u>
事業者からの返還	5万円	5万円	5万円
消費者からの返還	3箱（原物）	3箱（原物） ＋2箱分の価値（2万円）	<u>3箱（原物）</u>

< 取消権の行使期間 >

問19 取消権の短期の行使期間を伸長する必要性はどのようなものですか。

(答)

1. 不当な勧誘を受けて契約を締結し、改正前の消費者契約法の取消権の行使期間である 6 か月間を経過してしまう消費者が一定数存在しています^(注)。

(注) 消費者庁実施（平成 27 年 9 月 28 日から 10 月 13 日まで）の「消費生活相談員に対するアンケート調査」において、アンケートに回答した消費生活相談員（984 名）の約 35%が「騙されて契約していたことに気付いたときから 6 か月以上経っていた」相談を、約 12%が「不退去・監禁（退去妨害）から解放されてから 6 か月以上経っていた」相談を、それぞれ受けた経験があるという結果となっています。また、当該アンケートにおいては、すぐに相談してこなかった理由として、以下のような回答がなされています。

- ・事業者と交渉しているうちに 6 か月経過してしまった。
- ・相談先が分からずに 6 か月経過してしまった。
- ・事業者が怖くてこれ以上関わりたくないとして 6 か月経過してしまった。

2. そこで、不当な勧誘を受けた消費者をできる限り救済するため、取消権の行使期間を 6 か月間から 1 年間に伸長することとしたものです。

問20 取消権の行使期間のうち、短期の行使期間について1年間に伸長するだけでは不十分であり、より長い期間に伸長すべきではないのですか。

(答)

1. 今回の改正に先立って調査審議をした消費者委員会の消費者契約法専門調査会においては、消費者契約法は、民法の定める場合よりも取消しを広く認めるものであり、契約の一方当事者である事業者の負担を考慮すれば早期に法律関係を確定させる要請もあることに鑑みると、伸長をすることとしても最低限度とすることが適当であるとされ、「取消権の行使期間のうち、短期の行使期間を1年間に伸長する」ことについてコンセンサスが得られたため、消費者委員会からその旨の答申がなされました。

2. なお、権利の行使期間を1年に限定している規定の例として、特定商取引法における過量販売の解除権の行使期間等^(注1)も参考としています。

(注1) 行使期間を1年に限定している規定として、特定商取引法第9条の2第2項以外にも商品先物取引法第117条第2項、金融商品取引法第27条の21などがある。

3. 以上のことなど^(注2)を考慮し、短期の行使期間を1年間に伸長するものとしたものです。

(注2) 一般的には、実家を離れている家族なども、年に1回程度は帰省するものと考えられ、取消権の行使期間を1年間に伸長しておけば、帰省の際に、家族が消費者被害に気付いて消費生活センターに相談しやすくなることも想定されます。

（参考）権利行使の期間を１年に限定している規定

○特定商取引に関する法律（昭和五十一年六月四日法律第五十七号）

（通常必要とされる分量を著しく超える商品の売買契約等の申込みの撤回等）

第九条の二 申込者等は、次に掲げる契約に該当する売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回又は売買契約若しくは役務提供契約の解除（以下この条において「申込みの撤回等」という。）を行うことができる。ただし、申込者等に当該契約の締結を必要とする特別の事情があつたときは、この限りでない。

一・二 （略）

2 前項の規定による権利は、当該売買契約又は当該役務提供契約の締結の時から一年以内に行使しなければならない。

3 （略）

○商品先物取引法（昭和二十五年法律第二百三十九号）

（仮装取引等をした者の損害賠償責任）

第一百七条 前条の規定に違反した者は、当該違反行為により形成された対価の額又は約定価格等により当該商品市場における取引又はその委託をした者が当該取引又は委託につき受けた損害を賠償する責めに任ずる。

2 前項の規定による賠償の請求権は、請求権者が前条の規定に違反する行為があつたことを知つた時から一年間又は当該行為があつた時から三年間これを行わないときは、時効によつて消滅する。

○金融商品取引法（昭和二十三年法律第二十五号）

（公開買付けに係る違反行為による賠償請求権の時効）

第二十七条の二十一 第二十七条の十七第一項の規定による請求権及び第二十七条の十八第二項の適用がある場合における同条第一項の規定による請求権は、請求権者が当該違反を知つた時又は相当な注意をもつて知ることができる時から一年間、これを行わないときは、時効によつて消滅する。当該公開買付けに係る公開買付期間の末日の翌日から起算して五年間、これを行わないときも、また、同様とする。

2 前条第二項の適用がある場合における同条第一項の規定による請求権は、請求権者が公開買付開始公告等、公開買付届出書、公開買付説明書又は対質問回答報告書のうちに重要な事項について虚偽の記載若しくは表示があり、又は記載若しくは表示すべき重要な事項若しくは誤解を生じさせないために必要な重要な事実の記載が欠けていることを知つた時又は相当な注意をもつて知ることができる時から一年間、これを行わないときは、時効によつて消滅する。当該公開買付けに係る公開買付期間の末日の翌日から起算して五年間、これを行わないときも、また、同様とする。

<「民法の規定による」の削除>

問21 消費者契約法第8条第1項第3号及び第4号において、「民法の規定による」という文言を削除する必要性はどのようなものですか。

(答)

1. 消費者契約法第8条第1項第3号及び第4号は、事業者の不法行為による損害賠償責任を免除する条項について規律しているところ、事業者が不法行為責任を負う場面の一つとしては、法人の代表者が不法行為をした場合が想定されます。
2. そして、代表者の行為についての法人の不法行為責任に関しては、消費者契約法の立案当時は、民法第44条第1項等において規定されていたものの、その後、民法が改正され、同条が削除されたため、他の法律において同条に相当する規定が設けられるなどしています（例：一般社団法人及び一般財団法人に関する法律第78条）。
3. このような経緯等を踏まえると、規律の対象を必ずしも民法の規定による不法行為責任に限定すべきではないことから、「民法の規定による」という文言を削除することが必要であると考えられます。

＜消費者の解除権を放棄させる条項の無効＞

問22 事業者の債務不履行や瑕疵担保責任に基づく消費者の解除権を放棄させる条項を無効とする必要性はどのようなものですか。

(答)

1. 改正前の消費者契約法では、消費者契約の条項が無効になるかどうかは、第8条（事業者の損害賠償の責任を免除する条項）及び第9条（消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等）に該当するものを除き、第10条によって判断されていました。
2. しかし、消費者契約法第10条の要件は抽象的であり、どのような条項が無効となるかが必ずしも明らかではないため、契約当事者の予測可能性を高める等の観点から、不当性が高い条項を無効とすることを明示的に定める必要があります。
3. 事業者が債務を履行しない場合や、事業者の給付に瑕疵^(注1)があり、契約の目的を達することができない場合でも、消費者に解除を認めず、消費者を契約に拘束し続ける条項^(注2)は、不当性が高い条項であることから、これを無効とする規定を設ける必要があると考えられます。

(注1) 瑕疵（かし）とは、当該契約において予定された品質・性能を欠いていることを指すものです。

(注2) このような条項があった場合、消費者は、事業者から契約で定められたとおりの給付を受けることができず、契約を締結した目的を達成することができないにもかかわらず、代金を支払わなければならなかったり、支払い済みの代金の返還を受けられなかったりすることになるため、このような条項は不当性が高いと考えられます。

無効とする消費者契約の条項の追加(法第8条の2)

契約条項の無効(改正前)

具体的な条項の無効

- ① 事業者の損害賠償責任を免除する条項
(第8条)
- ② 消費者に高額な違約金や損害賠償を支払わせる条項
(第9条)

それ以外の条項の無効(一般規定)

- ③ 消費者の利益を一方的に害する条項
(第10条)

- (a) 任意規定の適用による場合に比べ消費者の権利を制限／義務を加重
- (b) 信義則に反して消費者の利益を一方的に害する

抽象的で、どのような条項が無効となるかの判断が困難

↳ ①②に加え、**不当な条項**を**具体的に規定**していく必要

<不当な条項の例>

- 携帯電話端末の売買契約における「ご契約後の**キャンセル・返品、返金、交換は一切できません**」という条項

このような条項が有効になると、契約後、商品の入荷がなく**受け取れなかった**場合や、受け取った**商品に不具合があった**場合にも、支払済みの**代金は返還されない**

⇒このような条項は**不当性が高い**

改正内容

具体的な条項を無効とする規定を**追加**

- 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**(※)があることにより生じた消費者の**解除権を放棄**させる条項

(※) 瑕疵(かし) = 不具合、欠陥

問23 ①携帯電話端末の売買契約における「契約後のキャンセル・返品、返金、交換は、一切できません。」という条項、②進学塾の冬期講習受講契約における、代金払込後の解除を一切許さない旨の特約、あるいは、③貸衣装契約における「オーダーレンタルについては、契約後のキャンセルには応じられません。」という条項は、消費者契約法第8条の2に該当して無効になりますか。

(答)

1. これらの条項は、その文言上、事業者が債務を履行しない場合や、事業者の給付に瑕疵があり、契約の目的を達することができない場合を含めて、消費者に解除を認めず、消費者を契約に拘束し続ける条項であると考えられます。
2. したがって、これらの条項は、通常は、消費者契約法第8条の2に該当して無効になるものと考えられます^(注)。ただし、これらの条項が無効となっても、消費者が「いかなる場合でもキャンセルをすることができる」ことになるわけではありません。

(注) このような条項であっても、当該契約において、事業者が債務不履行があったときは消費者が契約を解除することができる旨が別途明記されていた場合など、当該条項が債務不履行に基づく解除権を放棄させるものとは認められない場合には、消費者契約法第8条の2には該当しません。

＜消費者契約法第 10 条の第一要件に該当する条項の例示＞

問24 消費者契約法第 10 条の第一要件に例示を追加する必要性はどのようなものですか。

(答)

1. 消費者契約法第 10 条の第一要件とは、消費者契約の条項が、任意規定^(注1)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場合を指すものです。

(注1) 任意規定とは、法令中の規定で、当事者が、当該法令の内容と異なる意思表示をすればその規定を排除することができるもののことです。

2. ここでいう任意規定について、最高裁判所は、「明文の規定のみならず、一般的な法理等も含まれる」と判示しました^(注2)。しかし、改正前の消費者契約法第 10 条の文言では、それが必ずしも明らかではありませんでした。そのため、一般的な法理等と比べて、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する条項を、消費者契約法第 10 条の第一要件に例示することにより、最高裁判所の判決の趣旨を明らかにすることとしました。

(注2) 最判平成 23 年 7 月 15 日民集 65 巻 5 号 2269 頁。建物の賃貸借契約における更新料条項の有効性が争われた事例において、最高裁判所は上述の一般論を示した上で、更新料条項は消費者契約法第 10 条の第一要件に該当すると判示しました。賃貸借契約において、特約がなければ、賃借人は更新料を支払う義務を負わないという点については、明文の規定があるわけではなく、一般的な法理等に当たると考えられます。

3. 具体的には、被害実態を踏まえ、「消費者の不作为をもって当該消費者が新たな消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたものとみなす条項」^(注3)を例示することとしたものです。

(注3) 例えば、次のような事例が挙げられます。「通販で掃除機を購入したところ、商品の掃除機が届けられた際に健康食品が同封されていた。掃除機の売買契約には、健康食品が不要である旨の電話をしない限り、その健康食品を継続的に購入する契約となるという条項が含まれていた。」

この場合の一般的な法理等は、契約が成立するためには、当事者双方の意思表示が必要ではない、というものです。

(参考) 法第10条第一要件に該当する具体的な条項を例示する趣旨

法第10条に該当する契約条項の例示

法第10条

第一要件

民法、商法その他の法律の公の秩序に関しない規定(任意規定)の適用による場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する

(※)任意規定 = 当事者が、その内容と異なる意思表示すれば排除される規定(⇔強行規定)



第二要件

民法第1条第2項に規定する基本原則(信義則)に反して消費者の利益を一方的に害する

【考慮要素の例】当該条項によって消費者が受ける不利益の程度、契約締結時に当該条項の内容を十分に説明されていたか 等



無効

「任意規定には、明文の規定のみならず、
一般的な法理等も含まれる」
(最判平成23年7月15日民集65巻5号2269頁)

改正内容

明文の任意規定がなく、
改正前でも第一要件を満たす条項
(消費者の不作為をもって当該消費者が
新たな消費者契約の申込み又はその
承諾の意思表示をしたものとみなす条項)
を例示

改正前と同じく

第二要件を満たす条項のみ無効

(無効となると想定される例)

通販で掃除機を購入したところ、掃除機が届けられた際に健康食品が同封されており、不要である旨の電話をしない限り、健康食品を継続的に購入するという契約になっていた。

(無効とならないと想定される例)

雑誌の定期購読契約(月刊誌・1年間)に、期間満了までに継続しない旨の連絡をしない限り、同じ条件で1年間定期購読が延長になるという自動更新条項が含まれていた。契約締結時にその旨の説明も受けていた。

問25 掃除機を購入したところ、当該掃除機が届けられた際に健康食品のサンプルが同封されており、当該掃除機の売買契約の中には、消費者が、健康食品の継続購入が不要であるという電話をしない限り、今後、当該健康食品を継続的に購入する契約を締結したものとみなすという契約条項が含まれていたという事例については、消費者契約法第10条の第一要件の例示に該当するのでしょうか。

(答)

このような契約条項は、消費者が積極的な行為をしていないにもかかわらず、当該消費者が新たな消費者契約を締結したものとみなすものであり、消費者契約法第10条の第一要件の例示に該当すると考えられます^(注)。

(注) 消費者契約法第10条の第一要件の例示に該当する他の契約条項としては、例えば、ウォーターサーバーのレンタルと水の宅配の契約に関する無料お試しキャンペーンの規約の中に、無料お試し期間中に、貸出しを受けた全てのレンタル商品が返却されなかった場合は、新たな有料の契約に自動的に移行するという契約条項が含まれていたという事例が挙げられます。

問26 連絡がない限り雑誌の定期購読契約は有効に継続し、毎月 1 回、雑誌が届けられるという事例については、消費者契約法第 10 条の第一要件の例示に該当するのですか。

(答)

1. このような事例において、定期購読契約に一定の期間が定められており、当該期間が終了しても連絡がない限り、当該契約は更新されるという契約条項である場合には、当該条項は消費者契約法第 10 条の第一要件の例示に該当すると考えられます。
2. これに対し、定期購読契約に期間が定められておらず、連絡がない限りはいつまでも当該契約は継続するという契約条項である場合には、当該条項は、新たな消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたものとみなす条項ではないため、消費者契約法第 10 条の第一要件の例示には該当しないと考えられます。

問27 今回の改正前に消費者契約法第10条に該当しなかった契約条項は、改正後も第10条に該当しないということですか。

(答)

1. 消費者契約法第10条に関する今回の改正は、改正前の消費者契約法でも第10条の第一要件^(注)に該当する契約条項の一例を挙げるというものです。

(注) 消費者契約法第10条のうち、「法律中の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であつて」という部分を指すものです。

2. そして、今回の改正では、消費者契約法第10条の第二要件、すなわち、「民法第一条第二項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するもの」という要件については、改正を行っていません。
3. したがって、改正後も、改正前の消費者契約法と同様に、消費者契約法第10条の第二要件も満たす契約条項のみが無効とされることとなります。

<その他>

問28 消費者契約法の一部を改正する法律（平成 28 年法律第 61 号）の規定は、いつから施行されることとなるのですか。

（答）

1. 消費者契約法の一部を改正する法律（平成 28 年法律第 61 号）の規定は、公布の日（平成 28 年 6 月 3 日）から起算して 1 年を経過した日である平成 29 年 6 月 3 日から施行されます。
2. ただし、取消権を行使した消費者の返還義務に関する規定については、現在継続審議となっている民法の一部を改正する法律案（第 189 回国会閣法第 63 号）が成立し、施行された場合に、同法案の施行の日から施行されることとなります。

問29 改正後の消費者契約法の規定については、いつの時点を基準として適用されるのですか。

(答)

1. 一般的に法の適用については不遡及であるとされている点を踏まえ、過量な内容の消費者契約の取消し、重要事項の範囲の拡大及び取消権の行使期間の伸長といった意思表示の取消しに係る規定は、意思表示がなされた時点を基準としています。また、消費者の解除権を放棄させる条項の無効及び「民法の規定による」という文言の削除といった消費者契約の条項の無効に係る規定は、消費者契約の締結時点を基準としています^(注)。

(注) 取消権を行使した消費者の返還義務に関する規定は、消費者契約に基づく債務の履行として給付を受けた時点を基準としています。

2. なお、勧誘時を基準としていないため、事業者が、消費者契約法の一部を改正する法律の施行前に勧誘をした場合であっても、消費者が同法の施行後に消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたのであれば、意思表示の取消しに係る規定は適用されます。

(参考) 改正後の消費者契約法の適用基準時

