

[研究ノート]

## 消費者取引における消費者契約法の適用事案に関する一考察

鷺尾 紀吉

〈目次〉 はじめに

1. 消費者取引と消費者法
2. 具体的事案の紹介と検討
3. リーガル・コンフリクト・マネジメントとしての対応

## はじめに

事業者、特に企業は近年、消費者を直接の対象とするマーケティング、または営業・販売活動を積極的に展開し、消費者においても事業者との間でさまざまな消費者契約を締結することが多くみられるようになった。

しかし、消費者取引における契約締結過程においては、消費者は多くの場合、事業者との間で情報の質や量並びに交渉力に格差があり、情報や交渉力の点で消費者は事業者にくらべ劣位の立場にあることから、消費者が思わぬトラブルに陥ったり、または予測しなかった紛争に巻き込まれたりすることがある。実際に、それに関する裁判が提起され、あるいは裁判に至らないまでも全国の消費生活センターには消費者契約に係る相談が多く寄せられている。

消費者取引については、取引の適正なルール化、規制等を盛り込んだ立法がなされているところであるが、中でも消費者契約法はあらゆる消費者契約を対象とし（労働契約を除く）、事業者の不当な勧誘や不当な契約条項によって被害を受けた消費者の事後救済を可能とし、消費者契約に係るトラブルや紛争を解決する有効な手段となっている。

消費者取引については、今一つ重要な立法である「特定商取引法」があるが、これについてはすでにまとめたので（拙稿『「特定商取引」における取引の適正化—クーリング・オフをめぐる諸問題—』『中央学院大学商経論叢』、第27巻第1号、2012年9月）、今回、本稿では、消費者契約法を取り上げ、裁判で争われた消費者契約法の適用についての具体的事案を紹介し、検討を行うとともに、自立した消費者としてリーガル・コンフリクト・マネジメントという自己対応管理の必要性を述べるものである。

なお、法律書の文献引用の方法は、一般に法律編集者懇話会「法律文献等の出典の表示方法」によることが慣例となっているが、本稿においては適宜の方法で出典の表示を行っている。

## 1. 消費者取引と消費者法

取引を取引の当事者の観点から、事業者取引と消費者取引に分類するならば、事業者取引は事業者と事業者、

つまり双方とも事業者であり、その間で行われる取引であり、他方、消費者取引は一方が事業者、他方が消費者であり、その両者間で行われる取引であるということができる。事業者取引、特に企業間で行われる取引は、いわゆる商人間の取引であることから、取引の安全性、迅速性などが指導原理となる。これに対して、消費者取引の場合は、一般に事業者がプロとして取引上優位な立場にあるので、消費者の利益を擁護する観点から消費者取引を規制あるいは適正なルールを講じることが基本原理となる。

本稿では、後者の消費者取引を扱うものであるが、現在、消費者取引に含まれる法領域には、特定商取引、消費者信用販売（割賦販売等）、金融商品販売、景品表示などのほかに、2000年には消費者契約に係る領域を立法化した消費者契約法が制定されている。また、消費者取引に関する法領域だけでなく、消費者の安全を確保するための施策（製造物責任法の制定など）も実施されており、さらには2004年には消費者保護基本法が大改正され、名称も消費者基本法と改められ、消費者基本法は、消費者の権利の尊重と自立の支援が基本理念であることが明記された。

このような消費者と事業者の取引のルール化・適正化、消費者の安全および市場の規律等に関する分野の立法化、さらには行政側の責務を含む消費者基本法の制定は、いわゆる「消費者問題」に対応すべく行われたものであるが、これらの立法を一括して扱う法分野として消費者法という法領域が誕生している。

消費者法の法源といえるものにはかなりあるが、独自の法典は存在していないことから、これをどう把握するかは難しいところである。齋藤(2009、38頁)は、消費者法を①消費者民事法、②消費者行政法、③消費者手続法に分けて整理することができるとする。①は消費者と事業者間の司法上の権利義務関係を規律するものであり、実体法の分野である。②には、消費者の権利・利益の保護の観点から事業者の課せられている行政上の義務を中心として、事業者と行政庁との法律関係を規律するもの、給付行政として、行政が消費者に対する情報提供や紛争のあっせん等の行政サービス及び消費者に学習・教育の場や機会を提供するもの、国・地方公共団体の全体的な消費者政策や具体的な施策への参加をめぐる問題等が対象として含まれる。③は消費者が当事者となる訴訟やそ

の他の裁判外紛争処理制度などが対象となると説明する。

大村(2011、47-49頁)は、消費者法の基本構造を①システム(構造)とプロセス(過程)との対比、②ミクロ(個人としての側面)とマクロ(集団としての側面)の対比という2つの分析軸から体系化し、システムの観点からはミクロの規範とマクロの規範に、またプロセスの観点からは権利の実現と法=権利の実現とに、それぞれ分けて考察している。

このように、消費者法の体系化の試みがなされており、消費者法は複合的な法領域として多くの立法が含まれるが、本稿では消費者法の中でも、消費者取引の分野に焦点を当て、さらに消費者取引立法の中心の一つをなす消費者契約法を取り上げ、どのような消費者契約が消費者契約法の適用となるか、適用に当たりどのように判断したのか等について、以下、裁判で争われた具体的な事案を紹介し、検討を加えることとする。

## 2. 具体的事案の紹介と検討

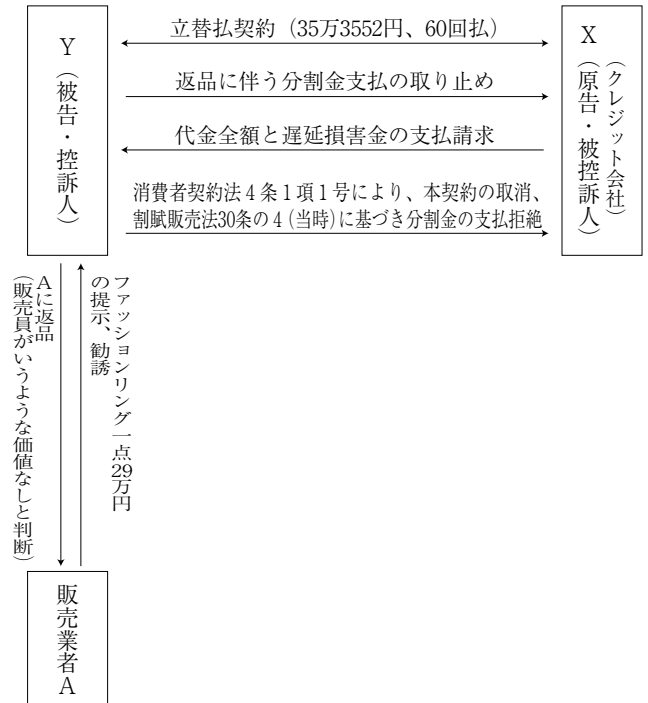
消費者契約のうち、消費者契約法の適用について判断がなされた判例の事案を紹介し、消費者契約法に係るいくつかの項目を検討する。紹介する事案は廣瀬・河上編(2010)によっており、内容についても一部において引用している。

[事案 I] 商品売買契約における重要事項に関する不実告知<sup>1)</sup>(大阪高裁平成16年4月22日判決)

### 1. 事実の概要と判旨

(事実の概要)

平成13年10月、Y(被告・控訴人)は友人と立ち寄った販売業者Aの店舗で、41万4000円の値札と青マーク(原則2点で49万円)がつけられたダイヤモンドを多数配置のファッションリングを見て、気に入った様子だったことから、Aの販売担当者Bは2人でもう1点買うと各商品が半額になると説明した。Yの友人は買わないと断ると、1点ならば29万円にする、一般価格に比べると



得であると勧誘した。Yはそれなら買い得と思い購入することにし、クレジット会社X(原告・被控訴人)との間で合計35万3552円(手数料を含む。60回払い)を支払う立替払契約を締結した。

しかし、本件リングにはBのいったような価値がないことがわかったため、YはAに返品しXへの分割金の支払いを取り止めた。そこでXはYに対し立替払契約の期限の利益喪失条項に基づき代金全額と遅延損害金の支払いを求める訴えを提起した。これに対し、Yは主位的にはAが勧誘をするに際し、重要事項について事実と異なることを告げYに誤認させて契約の申込みの意思表示をさせたのであるから、消費者契約法4条1項1号に該当するとして、また予備的に、Aの価格体系の中で得と告げたのであれば、一般的価格体系の中で得との趣旨ではないことを告げなかったのであるから、同法同条2項に該当するとして、本件商品売買契約を取り消し、また割賦販売法30条の4(当時)に基づき、Xに対する分割金の支払いを拒絶するとの抗弁を主張した。

第一審(大阪地判 平成15年6月26日)は、Aが値札

1) 事案 I については、角田真理子「商品の対価についての不実告知」(2010) 廣瀬久和・河上正二編『消費者法判例百選』有斐閣、81頁から紹介し、引用している。

に比べて得といったとしても、また値札や青マークについても、「一般に、商品をいかなる価格で顧客に売るかは基本的に売主の自由であるから、値段自体は売主の主観的評価であって、客観的な事実により真実であるか否かを判断できない内容」であることから、消費者契約法4条1項1号の不実告知にも、また同上2項の不利益事実の告知にも該当しないとして、Xの請求を認容した。

これに対しYは、値札の表示と実際の売買価格という一種の二重価格が示され、これは単なる主観的評価ではなく、一般的な価値よりも安く買えるという意味付けが与えられており、販売方法も考慮して判断すべきなどとして控訴した。

#### (判旨)

原判決のYの敗訴部分を取り消し、Xの請求を棄却(判決確定)。控訴審判決は、本事件について以下のように判断した。

「商品をいかなる価格で販売するかは基本的に売主の自由であり、売主の主観的評価に基づく値付けをすること自体は何ら妨げられない」。しかしながら、「事業者が、他の事業者が同種商品をいかなる価格で販売しているかについて、消費者にことさら誤認させるような行為をすることは、消費者の合理的な意思形成を妨げるものであって相当ではない。ことに、本件リングのような宝飾品については、一般に使用価値に基づく客観的な価格設定は想定しがたく、主観的かつ相対的な価値判断によって価格設定がされるものと解されるから、買主にとっての価値も、それが一般にどのような価格で販売されているかという事実によ拠し、その購買意思の形成は、これと密接に関連するものと解される」。このようなことから、「本件リングについては、その一般的な小売価格は、消費者契約法4条4項1号に掲げる事項(物品の質ないしその他の内容)に当たり、かつ、消費者が当該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

であるから、同法同条1項1号の重要事項というべきである」。

本事件では、AがYに対し、「重要事項である本件リングの一般的な小売価格」について、「事実と異なることを告げ、Yがそれを事実であると誤認し」、それによって「契約の申込みをしたと認められるから、Yは、消費者契約法4条1項に基づき、Aに対し上記売買契約を取り消すことができ」る。従って、「割賦販売法30条の4により、Yはこの取り消しをもって」、「Xに対抗することができる」。

#### 2. 本事案と不実告知による消費者取消権

##### (1) 消費者契約の申込み又は承諾の意思表示の取消

本判決は、一般的小売価格の趣旨で41万4000円の値札をつけて陳列された宝飾品を29万円で販売したとしても、価格自体は事業者の主観的評価であるから、不実告知の対象にならないとした原判決を取り消し、比較対象として示され、それに比較して安いと説明された一般的小売価格(この場合、41万4000円)も契約するかどうかの判断に通常影響を及ぼすものとして、消費者契約法4条4項の重要事項に該当し、不実告知による取消しを認めたものである<sup>2)</sup>。

消費者契約法4条1項、2項は、契約締結過程において<sup>3)</sup>、以下のような要件に該当する場合は、消費者は当該契約締結にかかわる意思表示を取り消すことができると規定する。すなわち、

- ① (i)重要事項に関する不実告知(4条1項1号、4条4項)、(ii)将来の変動が不確実な事項についての断定的判断(4条1項2号)、(iii)重要事項に関する消費者の不利益事実の故意の不告知(4条2項、4条4項)という行為を事業者が行ったこと
- ② ①の行為により、消費者が誤認し、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こと

2) 本判決は、一般的小売価格が消費者契約法4条4項で定める重要事項の1号である「物品の質ないしその他の内容」に該当するとしているが、むしろ同項2号の「物品の価格そのものの不実告知」の問題とすべきであったとする考え方が提起されている(角田、前掲書、81頁)。

3) 消費者契約法は、消費者と事業者との間に存在する情報の質と量・交渉力の格差に着目し、消費者に自己責任を求めることが適切でない場合のうち、契約締結過程及び契約条項(契約内容)に関して、消費者が契約の全部又は一部の効力を否定することを認めるものであるが、特に契約締結過程においては、事業者の不適切な勧誘によって、意思形成が正当になされないままに契約を締結して問題を引き起こしてしまっている。この場合、消費者は当該契約から離脱したいと望むことが多い。このように契約の拘束からの解放のためには、契約締結過程に着目することによって、達成されると説明される(大村、2011、61頁)。

③ ①の要件（事業者の行為）と②の要件（消費者の意思表示）の間に因果関係が存在することという要件に該当するときは、消費者に意思表示の取消権を与えている。

この他に、消費者契約法4条は、(i)住居、就業場所からの不除去による勧誘行為（4条3項1号、(ii)勧誘場所からの退去を阻害する勧誘行為（4条3項2号）という事業者による困惑行為も消費者の契約締結にかかわる意思表示の取消しを認めている。本事案は、消費者契約における不実告知による意思表示の取消しの問題であるから、以下、不実告知と意思表示の取消について検討することとする。

#### (2) 不実告知と意思表示の取消

「重要事項」につき、「事実と異なることを告げること」によって、消費者がその内容が事実であると誤認した場合は、消費者は当該意思表示を取り消すことができる（4条1項1号）。

事業者が消費者契約の締結について勧誘するに際し、当該消費者に対して、重要事項について事実と異なることを告げることを不実告知と呼んでいる。「事実と異なる」とは、真実又は真正でないことをいう。民法の詐欺（96条）とは異なり、事業者が真実又は真正でないことにつき必ずしも主観的認識を有していることは必要なく、告知の内容が客観的に真実又は真正でないことで足りる。従って、主観的評価であって、客観的な事実により真実又は真正であるか否かを判断することができない内容は、「事実と異なることを告げること」にはならず、不実告知の対象とならないとされる（消費者庁企画課編、2010、108-109頁）。例えば、この靴の「ヒールは硬い」と告げること、魚屋の店頭で「新鮮」と告げること、住宅販売において「居住環境に優れた立地」という表現をすること、この映画を見れば絶対に「感動する」と告げることは、いずれも主観的な評価であるので、不実告知の対象にならないとされる<sup>4)</sup>（同上書、109-110頁）。

なお、消費者契約が締結されるまでの過程で、事業者が消費者に対して、不実告知、断定的判断に該当する行為を行った場合であっても、最終的な契約締結に至るまでの間に、事業者が再度適正な説明を行うこと等により、

消費者の誤認が消滅し、その後、消費者の自由意思により契約の申込み又はその承諾の意思表示が行われた場合等誤認状態が最終段階まで継続しなかった場合は、過去に不実告知があったこと等を理由として当該契約を取り消すことはできないとされる（前掲書、124頁）。

#### (3) 「重要事項」の概念

不実告知は、消費者の誤認を通じて消費者の自主的な意思表示をゆがめるような勧誘行為であるが、これが行われたとき、常に消費者に意思表示の取消権が認められるのではなく、その行為が「重要事項」についてなされた場合に取消権の対象となる。つまり、消費者の意思表示の取消権は無制限に認められるものではなく、その範囲が限定され、そのような適用対象を限定する枠組みが「重要事項」という概念である。民法の詐欺の規定（96条）とは別に、新たに消費者に契約締結にかかわる意思表示の取消権という重大な私法上の権利を付与する以上は、これらの行為の対象となる事項をそれに相応しい適切な範囲に限定する必要があるため、「重要事項」という概念を設けたと説明される（前掲書、142頁）。

消費者契約法では、同法1項1号及び2項の「重要事項」とは、消費者契約に係る以下に掲げる事項（後述）であって、「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」をいうと規定する。消費者庁企画課編（2010）によれば、「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」とは、契約締結の時点における社会通念に照らし、当該消費者契約を締結しようとする一般平均的な消費者が当該消費者契約を締結するか否かについて、その判断を左右すると客観的に考えられるような、当該消費者契約についての基本的事項をいうものと説明している（前掲書、142頁）。例えば、テレビのマルチ受信機能で、外国で受信できなかった場合、あるいはシェーバーの使用電圧が200ボルトで使用できなかった場合は、「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」には当たらない。一方、ソフトウェアの携帯端末との連携機能で、携帯端末とデータ交換できなかった場合は、一般平均的な消費者であれば、当該ソフトウェアが当該携帯端末と

4) この考え方に対し、客観的相場や保存期間、保存方法から「安い」、「新鮮」という評価も客観的な判断が可能な場合もあり、これを一律に対象から排除すべきではないという主張もなされている（野々山、2009、104頁）。

データ交換できなければ購入を差し控えるはずであるから、「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」に当たるとされる（前掲書、142-143頁）。

ここで、重要事項の項目の説明に戻るが、消費者契約に係る重要事項として、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、①質、用途その他の内容（4条4項1号）、及び②対価その他の取引条件（4条4項2号）の2つが規定されている。この事項についての重要事項に関する事業者の不実告知等不適切な行為がなされたのでなければ、消費者に取消権は認められない。例えば、英会話教室の勧誘において、講師は全員アメリカ人であると告げられたが、イギリス人の講師がいた場合、イギリス人であるものをアメリカ人であると告げることは、「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」ではないので、消費者契約法4条4項の要件に該当せず、取り消しは認められないとされる。同様に、今使っている黒電話は使えなくなり、毎月1000円払えばよいので新しいものと交換するように、と自宅を訪問してきたセールスマンに言われて、新しい電話機を契約した場合、「今使っている黒電話は使えなくなる」と告げることは「事実と異なることを告げること」に該当するが、今使っている黒電話は「当該消費者契約の目的となるもの」ではなく、同法4条4項の要件に該当しないので、取消しは認められないとする（前掲書、114-145頁）。いずれも事例も重要事項に該当しないとするものである。

### 3. 不実告知の認否に関する裁判例

本稿で紹介した裁判例のほかに、不実告知の認否に関する裁判例として、以下のものがある（以下の事例は、(社)商事法務研究会が消費者庁から受託してまとめた『消費者契約法（実体法部分）の運用状況に関する調査報告書』（2012年4月）の中でまとめられている『『消費者契約法』をキーワードに含む裁判例』から引用して記載している）

（不実告知を肯定した裁判例）

（※）東京地裁平成23年3月23日判決（不当利得返還請求事件）

原告は被告との間で被告の沈没船引き上げ事業に出資する匿名組合契約を締結し、100万円を出資した。契約

締結の際には、「100万円出資すれば、1年後には倍になる」などと説明していたが、それは収益が上がらなければ実現できない事柄であったことから、原告は消費者契約法4条により、本件契約を取り消したなどと主張して、不当利得等に基づき出資金の返還を求めた。

判決は、被告担当者は原告に対し、本件契約の重要事項について事実と異なることを告げ、原告は告げられた内容が事実であると誤認したものと認定し、被告の説明は不実告知に当たるとして、原告の請求をすべて認容した。

（※）大阪簡裁平成16年10月7日判決（リース料請求事件）

原告は、被告との間でデジタル回線システムにおける電話機及び主装置一式のリース契約を締結し、リース料の支払いを求めたところ、被告は「光ファイバー敷設のためにはデジタル電話に切り替える必要があり、電話機を交換しなければならない」という訪問業者の虚偽説明により契約を締結したものであり、消費者契約法4条に基づく取消等をしたなどと主張してリース料の支払いにつき争った。

判決は、本リース契約は消費者契約と認められること、本件業者と原告は提携関係にあり、本件業者はその交渉の一切を任されていたと認められること、本件業者の虚偽説明により本件リース契約等を締結したとする被告の証言が信用できることなどが認められることから、本件業者の不実告知の事実をもって、被告は消費者契約法4条1項1号により、本件リース契約の申込みの意思表示を取り消すことができ、現に取り消したとして、原告の請求を棄却した。

（不実告知を否定した裁判例）

（※）東京地裁平成21年6月15日判決（現状回復代金請求控訴事件）

一審原告が長男の私立中学受験のために、家庭教師の派遣事業を営む一審被告との間で家庭教師派遣契約を締結し、報酬を支払ったが、後日、消費者契約法4条1項に基づき本件契約の申込みを取り消し、既に支払った報酬全額の返還を求めた。

判決は、一審原告が「有名校に合格できる」という説明に期待して本件契約を締結したものであっても、一般的な消費者は上記説明を一審被告が目的達成のために全力を尽くす旨約束したものと理解するのが通常であり、上記説明は「事実と異なることを告げること」に当たら

ず、消費者契約法4条1項1号の要件には該当しないことなどから、請求を棄却した原判決は相当であるとして、控訴を棄却した。

(※) 東京地裁平成19年8月27日判決（現状回復等請求事件）

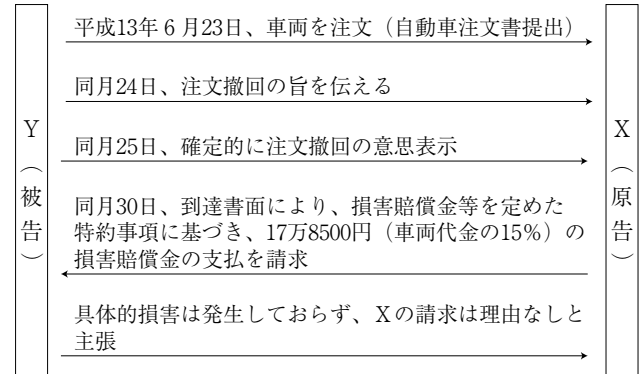
被告から中古車を買った原告が、瑕疵担保責任に基づく契約解除、錯誤無効及瑕疵を告げなかったことが消費者契約法の取消事由に当たると主張して、主位的に代金の返還、予備的に瑕疵担保責任に基づく損害賠償を求めた。

判決は、瑕疵の程度は格別大きいものということではできず、通常の使用には十分に耐えられるのであり、契約の目的を達することができないとはいえない。自動車には修復を必ずしも要しない損傷すらないということは動機に過ぎないとし、損傷箇所がないとの被告の説明については、第2瑕疵が存在するという客観的事実には反したことを告知したことになるけれども、中古車売買において、車体の底面に特に修理の必要性の認められない損傷があるということは、売買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ものであるとまではいえないから、「重要事項」には当たらないとして、本契約の解除、無効及び取消は認められないとして主位的請求を棄却した（予備的請求は認容した）。

以上、不実告知を肯定又は否定する裁判例をみてきたが、不実告知は重要事項に関するものでなければならず、何が重要事項になるかについては、消費者契約法4条4項に規定されているが、その解釈については、具体的事案によってそれぞれ判断されていることがわかる。

[事案Ⅱ] 契約解除と損害賠償額予定等条項<sup>5)</sup>  
 (大阪地裁平成14年7月19日判決)

### 1. 事実の概要と判旨



(事実の概要)

Y（被告）は、平成13年6月23日、X（原告）の店舗において車両（登録済未使用車）を注文し、Yが確認し署名した自動車注文書を提出した。同注文書の注文書特約事項に、「契約の撤回による損害賠償 万一私の都合で契約を撤回した場合は、損害賠償金（車両価格の15/100）及び損害作業金（実費）を請求されても異議ありません」と記載されていた。

Xは注文時、車両を保有しておらず、Yの注文を受けてこれを確保することになっていたが、Yは注文の翌日（24日）、注文を撤回したい旨をXに伝え、さらにその翌日（25日）確定的にXに対し注文撤回の意思表示を行った。Xは本件特約条項に基づき、同月30日到達の書面によって、車両代金の15%に当たる17万8500円の損害賠償金の支払いを求めた。しかし、Yはこれに応じなかったため、Xは損害賠償金の支払いを求めて訴えを提起した。Yは、注文書が契約を締結する書面であったという認識はなかったなどとして、契約の成立を争うとともに、注文の2日後に契約を解除しており、Xは入金があつてから車両を探すといっていたので、具体的な損害は発生しておらず、Xの請求には理由がないと主張した。

(判旨)

判決は、本件売買契約は成立しており、かつ当事者間の契約につき消費者契約法の適用があることは明らかであるとし、契約の撤回（解除）による具体的損害の発生については以下のように判示した。

5) 事案Ⅱについては、丸山絵美子（2010）「契約の解除と違約金条項」廣瀬久和・河上正二編『消費者法判例百選』有斐閣、96-97頁から紹介し、引用している。

「Yによる本件売買契約の撤回（解除）がなされたのは契約締結の翌々日であったこと、弁論の全趣旨及び証拠によれば、X担当者は、本件売買契約締結に際し、Yに対し、代金半額（当初全額と言っていたが、Yが難色を示したため、半額に訂正した）の支払を受けてから車両を探すと言っていたことが認められることなどからすれば、Yによる契約解除によって事業者であるXには現実に損害が生じているとは認められないし、これらの事情のもとでは、販売業者であるXに通常何らかの損害が発生しうるものとも認められない。

Xは、本件売買契約の対象車両は既に確保していたとするが、それを認定するに足りる証拠はない上、仮にそうであったとしても、また、Yの注文車両は他の顧客に販売できない特注品であったわけでもなく、Yは契約締結後わずか2日で解約したのであるから、その販売によって得られたであろう粗利益（得べかりし利益）が消費者契約法9条に予定する事業者が生ずべき平均的損害に当たるとはいえない」とし、本件特約条項に基づく本件違約金請求は、消費者契約法9条1号により許されず、Xの請求を棄却した（確定）。

## 2. 本事案と損害賠償額の予定又は違約金の定め効力

### (1) 平均的損害の額の超過部分の無効

本判決は、契約解除した消費者に対し、事業者が契約解除に伴う損害賠償額予定等（損害賠償額の予定又は違約金の定め）特約条項に基づき、損害賠償金を請求した件につき、事業者には現実に損害が生じておらず、平均的損害に当たらないと判示するものである。契約に際しての事務経費については、厳密に言えば、事業者が取引業者との間で対象車両の確保のために使用した電話代などの通信費がかかっているとはいえないこともないが、これは額もわずかである上、事業者がその業務を遂行する過程で日常的に支出すべき経費であるから、消費者契約法9条の趣旨からしてこれを消費者に転嫁することはできないとする。

消費者契約法9条1号は、事業者が消費者契約において、契約の解除に伴う損害賠償額予定等を定めた場合に、これらを合算した額が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」の額を超えるときには、超過部分は消費者に請求することができないと規定する。

民法420条は、当事者の合意により債務不履行により

生じる損害賠償の額の予定又は違約金の定めをすることができ、この損害賠償額の予定又は違約金は裁判所も増減することができないと規定する。しかし、消費者契約法9条1号は民法420条の規定の適用の如何にかかわらず、当該事業者が生ずべき平均的損害の額を超える額の支払を消費者に請求することができず、その超過部分を無効とするものである（逆にいえば、平均的損害の範囲内の額は有効となり、損害賠償請求することができる）。

なお、消費者契約法9条1項は、契約の解除に伴うものを規定するのであるから、事業者の方から、消費者の責に帰すべき事由により契約の解除を行った場合であっても、事業者は平均的損害の額を超える損害賠償等を請求することができないということになる。

### (2) 平均的損害の概念

消費者契約法9条1号でいう「平均的な損害」とは、行政側の説明では、同一事業者が締結する多数の同種契約事案について典型的に考察した場合に算定される平均的な損害の額という趣旨である。具体的には、解除の事由、時期等により同一の区分に分類される複数の同種の契約に伴い、当該事業者が生じる損害の額の平均値を意味するものである。したがって、この額はあらかじめ消費者契約において算定することが可能なものである。また、この平均的な損害は当該消費者契約の当事者たる個々の事業者が生じる損害の額について、契約の種類ごとに合理的な算出根拠に基づき算定された平均値であり、当該業種における業界の水準を指すものではないとする（消費者庁企画課編、2010、209頁）。

また、裁判例としては、「平均的な損害」は、当該消費者契約の当事者たる個々の事業者が生じる損害の額について、契約の種類ごとに合理的な算出根拠に基づき算出された平均値であり、解除の事由、時期の他、当該契約の特殊性、逸失利益・準備費用・利益率等の損害の内容、契約代替可能性・変更ないし転用可能性等の損害の生じる蓋然性等の事情に照らし、判断するのが相当であると判示するものがある（東京地裁平成14年3月25日判決）。

損害賠償額の予定等条項には、損害賠償額の予定のほか、違約金（名称を問わず、損害賠償とは趣旨が異なる違約罰的な性格を有する高額な違約金であることもある）が規定されている場合があり、このような場合には、消費者に過大、あるいは不当な金銭的負担が強いられる恐れがあることから、この両者を合算した額が平均的な



損害の額を超えてはならないと規定する。

消費者契約法9条1号に関連する事例として、以下のようものが紹介されている(同上書、214-216頁)。

結婚式場等の契約の例で、契約後にキャンセルする場合の解約料を、(A社)実際に使用される日から1年以上前の場合には、契約金額の80%を申し受ける、(B社)実際に使用される日の前日の場合には、契約金額の80%を申し受ける、という2つの事例について、以下のように説明する。

(A社)の場合、結婚式場を実際に使用するのが1年後であるにもかかわらず、契約金額の80%を解約料として請求することは、通常は事業者が生じる平均的損害を超えていると考えられるので、本号に該当し、平均的損害を超える部分は無効となる。他方、(B社)の例は、式の前日になってキャンセルする場合であり、解約料として契約金額の80%を請求することは、通常は平均的損害を超えているとはいえないことから、この場合の解約料規定は無効にはならない(つまり、有効であり、事業者は請求できる)と考えられるとする。

また、契約の解除はいかなる理由があってもできないという消費者の解除権を制限する条項は、本号には該当しない。ただし、消費者契約法10条(消費者の利益を一方的に害する条項の無効)に該当し、このような規定は無効となりうるとする。

同様に、レンタルビデオ等の例で、期限までに返却されない場合には1日当たり300円の延滞料を申し受けるという規定の場合については、このような延滞料は契約に定められた期間を超える期間における物品の賃借についての追加料金と考えられる。したがって、この延滞料は金銭債務の支払遅延に対するものではないため、本号には該当しない。

なお、平均的損害の立証責任については、最高裁は学納金判決において、平均的損害及びこれを超える部分についての立証責任は、事実上の推定が働く余地があるとしても、基本的には無効を主張する学生において負うべきであると判示する(最高裁平成18年11月27日判決)

### 3. 平均的な損害に関する裁判例

損害賠償額予定等条項につき、その適用に当たって平均的な損害が問題となった裁判例として、以下のものがある(裁判例の紹介、引用は、事案Iで引用した文献と

同じである)。

(平均的な損害を超えるとした裁判例)

(※) 東京地裁平成21年9月8日判決(請負代金返還請求事件)

住宅の設計業務委託等の契約を被告と締結した原告が、契約を解除したにもかかわらず内金を被告が返還しないとしてその返還を求めた。

判決は、原告が自己都合により契約したことは明らかであり、消費者契約に当たり被告は受領済み金員の返還義務を負わないと定める条項は、受領した金員を違約金とする趣旨であると解されるから、平均的な損害の額を超える部分については無効であるとして、本件については、設計業務の報酬は請負金額の2.8%とされているところ、出来高としては完了に近い段階まで至っていたものと推認されるから、請負金額の2.5%が平均的な損害であるとして、超える部分の返還を認めた。具体的には、原告が契約時に支払った100万円のうち、出来高に応じ約84万円は被告に生じた平均的な損害と認定し、約15万円の返還請求を認めた。

(※) 東京高裁平成20年12月17日判決(設備費用請求控訴事件)

LPGガス消費設備につき、ガス供給業者と消費者との間で締結されたLPGガス設備の貸与契約に係る補償費支払に関する合意が存在したが、貸与契約において平均的な損害を超えて定められた違約金部分は無効であると争った。

判決は、問題となった補償費に関連し、当該補償費は消費者契約法9条所定の違約金に該当すると解され、LPGガス設備の貸与契約に係る補償費の定めについて、LPGガス消費設備の価格補填の目的に出たものといえず、貸与契約の解除時に何等の対価なく消費者側に発生する金銭支払義務を定めたものであるとした上で、本件では、ガス供給業者に平均的な損害があるとは認められず、本件補償費全額が消費者契約法9条1号により無効であると判示した。

(平均的な損害の額を超えないとした裁判例)

(※) 最高裁平成22年3月20日判決(学納金返還請求事件)

専願等を資格要件としない大学の平成18年度の推薦入学試験に合格し、初年度に納付すべき範囲内の授業料等を納付して、当該大学との間で納付済みの授業料等は返還しない旨の特約の付された在学契約を締結した者が、

入学開始後である平成18年4月5日に同契約を解除した。大学の学生募集要項に、一般入試試験の補欠者とされた者につき4月7日までに補欠合格者の通知がない場合は不合格となる旨の記載があり、当該大学では入学開始後にも補欠合格者を決定する取扱いがなされていたなどの事情があった。

判決は、専願等を資格要件としない大学の推薦入試に合格した者が入学年度開始後に在学契約を解除した場合において、本件授業料等は、解除に伴い当該大学に生ずべき平均的な損害を超えるものではないとして、本件授業料等不返還特約は有効とされると判示した。

この事案では、4月1日以降に在学契約が解除されることは予定されておらず、授業料等は平均的な損害を超えるものではないと判断したものである。なお、入学年度の始まる3月31日までに在学契約が解除された場合は、大学に生ずべき平均的な損害は存しないものであって、授業料等不返還特約はすべて無効とされる（最高裁平成18年11月27日判決）。

(※) 東京地裁平成16年7月21日判決（手術料返還請求控訴事件）

まぶたに係る美容整形手術契約において、自己の都合により手術の直前に取消した原告が被告に対して、契約の取消等を主張して、支払った手術料である63万円を違約金とする旨の条項について消費者契約法9条1号違反であるとして、支払い済みの代金の返還を求めた。

判決は、患者の都合により手術を取り消した場合の違約金の義務を定めた条項については、他の医院でも同様の条項を定めていること等に鑑み、被告の定める違約金条項は平均的な損害を超えるものとは認めると判示した。

### [事案Ⅲ] 中途解約と解除制限特約の有効性<sup>6)</sup> (東京地裁平成15年11月15日判決)

#### 1. 事実の概要と判旨



#### (事実の概要)

X(原告)は、平成14年春、Y(被告)との間で、Yの経営する進学塾での普通講習受講契約を締結し、授業料等として345万8000円をYに支払った。また、Xは、同年5月2日、Yとの間で年間模擬試験(以下、模試という)の受験契約を締結し、受験料としてYに29万3300円を支払った。その後、Xが英語と数学の受講契約を解除する意思表示したところ、Yは、この2教科の受講済み受講料126万9400円を冬期講習等の受講料に充当する旨をXに通知し、Xは、夏期講習受講後の同年9月25日、冬期講習と選択科目を受講する契約を締結し、この充当予定分の金員から冬期講習と選択授業の受講料を差し引いた残金45万3400円の返還を受けた。

さらにその後、Xは、冬期講習の開始前の同年10月22日、冬期講習受講契約と年間模試受験契約を解約する旨をYに告げ、Yに対して冬期講習受講料76万8000円と未実施の模試受験料9万5700円の86万3700円の返還を求めた。この返還請求に対して、Yは、契約の取消や受講コースの変更等は一切認めないとする解除制限特約についての合意があったとして支払いを拒絶した。Xは、模試受験契約については、解除制限特約が不成立であり、ま

6) 事案Ⅲについては、鹿野菜穂子(2010)「進学塾の中途解約と授業料返還請求」廣瀬久和・河上正二編『消費者法判例百選』有斐閣、100-101頁から紹介し、引用している。

た仮に上記特約が成立しているとしても、冬期講習受講契約と模試受験契約についての解除制限特約は消費者契約法10条により無効である等と主張した。

(判旨)

判決は、本件解除制限特約については成立しているとは認められないとし、かつ成立したと仮定した場合の同特約は、消費者契約法10条により無効であると判示し、Xの請求容認(確定)。

まず年間模試受験契約の解除制限特約の成否については、「入学願書には、『入学金・授業料・教材費・施設通信費はいかなる場合にも返却されないことを了承します。』との印刷文言が記載されていた。しかし、この印刷文言中には、年間模擬試験についての記載が全くないから、同印刷文言をもって本件年間模試受験契約について本件解除制限特約が成立したということとはできない」とし、「特約が受験生の間で公知の事実であると認めるに足りる証拠はない。さらに、大手予備校に在籍した経験があることをもって、Xが本件年間模試受験契約について解除制限特約があることを知っていたはずであると推論することもできない」。よって、年間模試受験契約の中途解約によるXの不当利得返還請求には理由があると判示する。

次に、消費者契約法10条の適用の可否については、以下のように判示する。

「本件冬期講習受講契約及び年間模試受験契約は、それぞれ準委任契約であり、民法上は当事者がいつでも契約を解除することができる」とされているが(民法651条、656条)、本件解除制限特約は解除を全く許さないとしているから、同特約は民法の公の秩序に関しない規定の適用の場合に比し、『消費者の権利を制限』するものであるということが出来る。「申込者から中途解約により講師の手配や講義の準備作業等に関して影響を受けることがあるとしても」、「申込者からの解除時期を問わずに、申込者からの解除を一切許さないとして実質的に受講料又は受験料の全額を違約金として没収するに等しいような解除制限約定は、信義誠実の原則に反し、『民法第1条第2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』ものというべきである。「よって、本件冬期講習受講契約について成立した本件解除制限特約及び仮に年間模試受験契約について成立したと仮定した場

合の同特約は、消費者契約法10条により無効」である。

2. 本事案と消費者契約法10条による解除制限特約の効力  
本事案の主たる争点は、①模試受験契約における中途解約に伴う解除制限特約が成立しているか、②解除を一切認めないとする解除制限特約が消費者契約法10条により無効となるか、この2点であったが、①については不成立、②の特約については無効とすると判示するものであった。消費者契約において消費者の利益に関する条項は重要な位置を占めることから、以下、解除制限特約の消費者契約法10条適用について、本事案と関連させて検討する。

(1) 消費者の利益を一方的に害する条項の無効

消費者契約法10条においては、消費者契約の条項が、

①民法、商法等の法律中の任意規定によれば消費者が本来有しているはずの権利を特約によって制限し、または任意規定によれば消費者が本来果たすべき義務を特約によって加重している場合(すなわち、民法、商法等の法律中の任意規定から乖離している場合)であって、かつ、

②当該条項の援用によって民法第1条第2項で規定されている信義則に反する程度に一方的に消費者の利益を侵害する場合(すなわち、当該乖離が消費者契約において具体化される民法の信義則上許される限度を超えている場合)

という場合には、当該条項を無効とするものである(消費者庁企画課編、2010、219-210頁)。

消費者契約法は、8条、9条で不当な条項を無効としている。しかし消費者契約の実態を踏まえると、これ以外にも消費者の利益を一方的に害する条項が存在する。そこで、民法、商法などの任意規定の適用による場合と比べて、消費者の権利を制限したり、義務を重くしたりする条項で、信義則に反すると考えられる条項を無効とするというのが、消費者契約法10条の趣旨である。

「消費者の利益を一方的に害する」とは、消費者と事業者との間にある情報、交渉力の格差を背景として不当条項によって、消費者の法的に保護されている利益を信義則に反する程度に両当事者の衡平を損なう形で侵害することである。すなわち、民法等の任意規定および信義則に基づいて消費者が本来有しているはずの利益を、信義則上両当事者間の権利義務関係に不均衡が存在する程度

に侵害することを指す。また、「一方的に」とは、本来互報的、双務的であるはずの権利義務関係が不当な特約によって、両当事者の衡平を損なう形で消費者の保護法益が侵害されている状況をいうと説明されている（以上、同上書、222頁）。

このようにみえてくると、本件解除制限特約は、消費者（受講生）からの解除を一切許さないものであり、消費者の権利の制限の程度は重大であって、実質的に受講料等の全額を違約金として没収されるに等しい著しい不利益を被ることになるので、これを無効とすることは正当であると評価できるとされる（鹿野、前掲書、101頁）。

なお、「無効とする」とは、直接に契約の条項を無効とする効果を示すものではなく、信義則に反して任意規定から乖離する条項を当該任意規定に違反する限りにおいて無効とするものである。条項が無効となった結果、当該条項は最初からなかったこととなり、民法、商法、その他の法律の任意規定に則った取扱いがなされることとなる（消費者庁企画課編、前掲書、223頁）。

#### (2) 無効の可能性のある条項の例

消費者契約法10条により無効とされる可能性がある条項の例として、以下のような条項が紹介されている（前掲書、223頁～226頁）。

##### (※) 消費者からの解除・解約の権利を制限する条項

例えば、消費者の所有する土地を利用した住宅の建築請負契約において、請負人が途中で投げだしたような場合に、未完成部分の解除までも一切解除を認めないような条項は、民法541条に反し、土地の使用収益を著しく害するものであって無効であると考えられる。

##### (※) 事業者からの解除・解約の要件を緩和する条項

例えば、契約の性質からして一定の期日又は期間内に債務者が履行しなければ、債権者の契約の目的が達成されない場合（定期行為の場合）などの正当な理由なく事業者が消費者の債務不履行の場合に相当な期間の催告なしに解除することができるとする条項については、無効とすべきものと考えられる。

##### (※) 消費者の一定の作為または不作為により、消費者の意思表示がなされたものまたはなされなかったものとみなす条項

例えば、会員契約のようなものにおいて、会員になった者に商品を一方的に送りつけ、送りつけられた人がその商品を購入しない旨の通知や返品をしないと、

その商品を購入したものとみなす条項は、無効となるものと考えられる。

##### (※) 事業者の説明責任を軽減し、または消費者の証明責任を加重する条項

例えば、証明責任を法定の場合よりも消費者に不利に定める条項（例えば、民法415条の債務不履行責任に関し、事業者の「責めに帰すべき事由」を消費者に証明させる条項）は、無効となりうる。

##### (※) 消費者の権利の行使期間を制限する条項

例えば、瑕疵担保責任の権利の行使期間について、正当な理由なく行使期間を法定の場合よりも不当に短く設定する条項は、民法566条3項（権利行使期間は事実を知ったときから1年以内）に比べ、消費者の義務を加重するものとして、無効となりうる。

### 3. 消費者契約法10条の適用の可否に関する裁判例

消費者契約法10条による消費者の利益を一方的に害する条項について、その適用の可否に関する裁判例として、以下のものがある（裁判例の紹介、引用は、事案Iで引用した文献と同じである）。

#### (消費者契約法10条の適用を肯定した裁判例)

##### (※) 大阪高裁平成22年8月31日判決（債務不存在確認等請求控訴事件）

5年間で償却する約定で600万円の入居金を支払って被控訴人の高齢者用介護サービス付賃貸マンションに母親を入居させていた控訴人が、2年後、賃貸借契約の終了に伴い、入居金の返還を求めた。

判決は、入居金の法的性格は、賃貸借契約から生ずる控訴人の債務の担保、医師及び看護師による24時間対応体制が整った居室への入居の対価としての性格を併有するところ、同マンションには被控訴人が宣伝していたような24時間対応の実態はなく、被控訴人が対価に相当するサービスを提供していないのに1年毎に120万円を取得することは、民法の一般規定による場合と比較して消費者である控訴人の権利を制限するものであると判示し、本件約定は消費者契約法10条により無効であるとして、控訴人の入居金返還請求を認めた。

##### (※) 東京高裁平成21年9月30日判決（生命保険契約存在確認請求控訴事件）

保険会社である被告との間で、医療保険契約及び生命保険契約を締結した保険契約者兼被保険者である原告が、

原被告間における本件各契約の存在確認を求めたところ、被告が、本件各契約は原告の保険料未払を原因として本件各保険約款の無催告失効条項（保険料を払込期月の翌日末日までに支払わないときは、本件各保険が同日の経過により当然に失う旨の条項）により失効したと抗弁して争った。

判決は、本件無催告失効条項は、消費者である保険契約者側に保険契約の失効という重大な不利益を与えるおそれがあるのに対し、同条項を無効とした場合における保険会社側の手間やコストの増大という不利益はさしたるものではなく、同条項は信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものと認められるから、消費者契約法10条により無効であると判示し、本件無催告失効条項により本件各契約が失効することではないとして、請求を棄却した判決を取り消し、本件各契約の存在を確認した<sup>7)</sup>。

（消費者契約法10条の適用を否定した裁判例）

（※）東京地裁平成22年10月22日判決（建物賃料請求控訴事件）

第三者Aの一括借上により建物をAに賃貸していた控訴人らが、Aの破産により被控訴人を転借人とする転貸借契約を承継したとして、未払賃料や更新料を請求するとともに、控訴人らが受けるべき敷金返還請求権に対する配当金を被控訴人が受領したとして不当利得返還請求をした。

判決は、Aの破産により、転貸借契約が控訴人らに承継されることを前提とした上、更新料の発生条件は契約書に明記され、その額や効果に照らして更新料の定めが無効とはいえ、当初賃貸借契約の承継を認めていなかった控訴人らがその後承継を前提に更新料を請求することが信義則に反するともいえないと判示し、信義則違反を認めた原判決を取り消し、請求を認容した。

（※）東京地裁平成22年2月22日判決（建物明渡請求事件）

被告Y1に本件建物を賃貸している原告が、被告Y1の賃料不払により、賃貸借契約は解除されたとして、被告Y1に対し、本件建物の明け渡しを、被告Y1及び連

帯保証人の被告Y2に対し、賃料相当損害金等を請求したところ、被告らは、賃貸借契約の特約に基づき、本件賃貸借契約の5回の更新の際に、原告に対し、更新料を支払ってきたところ、本件特約は消費者契約法に反し無効であるから、更新料について不当利得返還請求権を有するのであり、この不当利得返還請求権を自働債権として、原告の本件滞納賃料等の請求権を受働債権として相殺を主張した。

判決は、本件賃貸借契約における更新料の額は、更新後の賃料の1カ月分にすぎず、更新後の契約期間が2年間であることにかんがみると、実質的に当該契約期間に賃借人が支払う総賃料額の4%にすぎないのであるから、その有効性を認めたとしても、名目上の賃料を低く見せかけ、情報及び交渉力に乏しい賃借人を誘引するような効果が生じるとは認められないのであり、本件において消費者契約法10条違反はないと判示し、被告らの主張を認めずに、原告の請求を認容した。

### 3. リーガル・コンフリクト・マネジメントとしての対応

上述した第2章では、裁判にあらわれた消費者契約法の適用に係る具体的な事案をみてきたが、(独)国民生活センターがまとめた報告書『消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と裁判例』（平成24年11月1日）によれば、消費者契約法施行後2012年9月末日までに把握した同法に関連する主な裁判例は249件となっている。この報告書は2007年以降毎年発行されているが（それ以前の法施行後5年分については、2006年10月にまとめて発行している）、最近の傾向をみると全般的には、「不当な勧誘（同法4条）」関連、「不当な契約条項（同法8-10条）」関連が比較的多くみられ、次に適格消費者団体が法に基づいて差止請求を行う「消費者団体訴訟」が続いて多くみられる。

また、同じく上記報告書によれば、全国の消費生活センターに寄せられた消費者と事業者との間で締結された

7) 最高裁平成24年3月16日判決は、生命保険契約約款における失効条項が消費者契約法10条に反し無効であるとして主張して保険契約存否の確認請求を行った事案について、当該失効条項が履行の催告（民法541条）なく保険契約が失効する旨を定めるものであるから、同法10条前段には該当するものの、当該失効条項は信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものには当たらないとして、同法10条後段要件の該当性を否定し、当該失効条項の有効性を認めた。その後の東京高裁平成24年7月11日判決では、上記最高裁判決を引用した上で、同様に失効条項の有効性を認める判断をしている。

商品・サービスの契約に関する相談は2011年88万2284件あり、2007年105万826件にくらべると下降傾向にあるが、依然として年間で90万件近い相談が寄せられていることになる。消費者契約法に関連する消費生活相談についてみると、2011年では「不当な勧誘」のうち、誤認させる勧誘が125,757件、消費者を困惑させる勧誘が59,654件、その他不適切な勧誘が33,614件となっており、また「不当な契約条項」については49,738件で、合計268,763件となり<sup>8)</sup>、総相談件数の30.5%を占める。

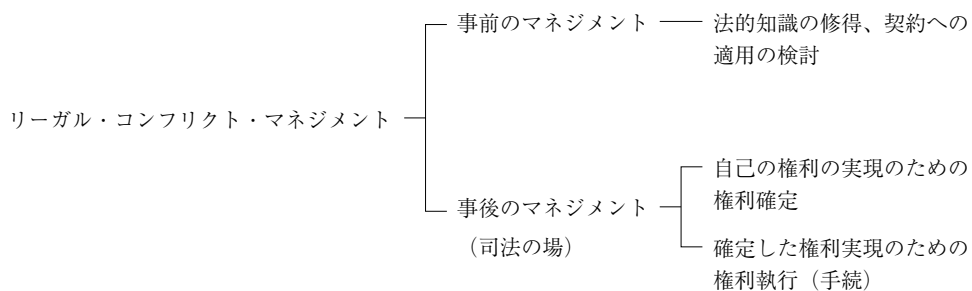
このように、消費者契約法に係る裁判や消費生活相談が多くみられるが、消費者契約法は、あらゆる消費者契約を対象として、事業者の不当な勧誘や不当な契約条項によって被害を受けた消費者の事後救済を可能とするものであるから、消費者契約に係るトラブルや紛争を解決する有効な手段となる。

消費者が事業者との間で締結する消費者契約においてトラブルに陥ったり、紛争に巻き込まれるのは、消費者契約法1条でも規定してあるように、多くの場合、消費者は事業者にくらべ情報の質や量並びに交渉力に格差があるからである。つまり、事業者はプロとして、その事業に関連する法律や商慣習について詳しい情報をもっており（情報の格差）、また一方的に契約条項を作成する力もあり、契約内容を変更してもらうことは、多くの場合ほとんど不可能である（交渉力の格差）。従って、このような事業者の一定の行為により、消費者が誤認・困惑した場合、契約の申込みや承諾の意思表示を取り消すことができるようにするとともに、消費者の利益を不当に害することになる条項の全部又は一部を無効とすることにより、消費者の利益を擁護するため、消費者契約法が立法化されたのである。

確かに、消費者契約法は労働契約を除き、消費者と事業者との間で締結された消費者契約を幅広く適用対象としており、トラブルや紛争に巻き込まれた消費者を救済する有力な手段となりうるが、消費者は法律に規定してあるからといって、それをもって自己の権利が自動的に守られている、あるいは事業者がすべての場合において法律の規定を遵守した行動をとると考えてはならないだろう。消費者においても消費者契約の締結に当たって、トラブルや紛争に巻き込まれないよう、自らが事前に情報を集め、特に法的知識を身に付けておくことが大切である。しかし、消費者契約の契約締結過程で、情報及び交渉力の優位性が事業者にある中で、たとえ法的知識を身に付けたとしても、事前に事後的に発生するトラブルや紛争のすべてを予測することは限界があり、仮に予測できたとしても、それに関するあらゆる法的知識、手段を身に付けることは、プロでない一般的な消費者にとってはほぼ不可能に近いだろう。

そこで、事後的にトラブルに陥り、または紛争に巻き込まれた場合は、消費者自らが、また事業者からの請求等があった場合には、相手方として、たとえ消費者側で好まないとしても、それに対抗して、最終的には司法の場で自己の権利の正当性を主張し、権利の確定を図るという行動にでなければならない。そして、自己の権利が確定したならば、その権利の実現のために権利を執行するという手続きをしなければならない。このような消費者の一連の法的な自己対応管理をリーガル・コンフリクト・マネジメントと呼ぶならば、リーガル・コンフリクト・マネジメントは、大きく次の3つを含むこととなる。

つまり、リーガル・コンフリクト・マネジメントは、トラブルや紛争に巻き込まれないための事前のマネジメ



8) この件数は、消費者契約法の対象となる相談を含むものであるが、すべてが同法の対象となる相談件数ではないと国民生活センターは説明している。

ント（いわゆる転ばぬ先の杖としての対応管理）と事後のマネジメント（ここでは、司法の場を想定。裁判所による権利の実現のための権利の確定と確定した権利実現のための権利執行としての対応管理）に分かれる。消費者は、前述したように、法に規定してあるから、消費者の利益は守られるという受動的な対応ではなく、消費者自らが主体者・権利者として、消費者の自立又は消費者の自己責任という意識をもって、能動的に対応して、自己の行動を法的に対応管理していくことがリーガル・コンフリクト・マネジメントの神髄であるといえよう。

#### 参考文献

大村敦志（2011）『消費者法〔第4版〕』有斐閣。

落合誠一（2001）『消費者契約法』有斐閣。

齋藤雅弘（2009）「第1章 消費者問題と消費者法」日本弁護士会連合会編『消費者法講義〔第3版〕』日本評論

社。

島田勝・坂東俊矢（2012）『判例から学ぶ消費者法』民事法研究会。

廣瀬久和・河上正二編（2010）『消費者法判例百選』有斐閣。

日本弁護士連合会消費者問題対策委員会編（2010）『コンメンタル消費者契約法〔第2版〕』商事法務。

野々山宏（2009）「第4章 消費者契約法—契約締結過程と契約内容の適正化」日本弁護士連合会編『消費者法講義〔第3版〕』日本評論社。

消費者庁企画課編（2010）『逐条解説 消費者契約法〔第2版〕』商事法務。

商事法務研究会（2012）『消費者契約法（実体法部分）の運用状況に関する調査報告書』消費者庁。

後藤卷則・村千鶴子・齋藤雅弘（2007）『アクセス消費者法〔第2版〕』日本評論社。