

基礎研 レポート

消費者契約法改正案を読み解く

生命保険と消費者契約法改正案

保険研究部 取締役研究理事 松澤 登
(03)3512-1866 matuzawa@nli-research.co.jp

1——消費者契約法の概要

1 | 消費者契約法とは

我々が取引を行うとき、たとえばスーパーで商品を買うことを法律的に言えば、動産の売買契約が締結され、履行されたということになる。そして、この際の規律として適用されるのが民法である。さらにこの契約が消費者契約である場合には消費者契約法が適用されることになっている。

ここで消費者契約とは事業者と消費者の間で交わされる契約のことである。一例を挙げれば、商店を営む個人が取扱商品を顧客に販売するとき、この個人は事業として取引をしているので事業者となる。一方、同じ個人が自分の夕食を作るために食品を購入するときには、この個人は消費者となる。このように個人の場合で言えば、どのような立場で取引をするのか、という点から事業者にも消費者にもなりうるという面がある。一方、消費者は個人のみを指すので、法人の場合は消費者になることはない（消費者契約法第2条第1項）。

民法と消費者契約法の関係であるが、一般法と特別法の関係に立つ。すなわち、消費者契約については民法に優先して消費者契約法が適用されることになっている。

保険契約について言えば、保険取引にかかる民事法的規定として保険法と保険業法¹がある。これら保険法等と消費者契約法とは特別法と一般法の関係に立つ。したがって保険法等が消費者契約法に優先して適用される。しかし、保険法等に規定のない保険販売行為や保険約款条項については消費者契約法がダイレクトに適用されるのでその解釈が問題となる。

その消費者契約法であるが、現在改正案が国会に上程されている。国会の審議動向が流動的な中で今国会中に成立するかどうかは不明確であるものの、消費生活に重要な影響を与えるものであるため、その内容を見てみたい。

¹ 保険業法にはクーリングオフなどの民事法的な規定がある。

2 | 消費者契約法の規定

まずは現行消費者契約法の概要を見てみよう。大きくは実体法的な規定と手続法的な規定がある。実体法的な規定とは、たとえば不当な契約条項を無効とするような、取引を規律する規定のことである。もうひとつの手続法的な規定とは、適格消費者団体が不当な契約条項を使用する事業者に対して、その不当な契約条項を使用しないよう差止を行うといった手続を規定したものであるが、今回の改正の射程範囲外であるので、本稿では取り扱わない。

さて、消費者契約法（以下、単に法という）の実体法的規定の部分であるが、大きくは三つの規律からなっている。それは①事業者に対し、消費者契約の内容を明確平易にすること、および必要な情報を消費者に提供するという努力義務規定（法第3条第1項）²、②事業者の不当な勧誘により契約をしたときに、消費者がその契約を取り消すことが出来るとする規定（法第4条）、③契約条項に不当な条項が含まれていたとき、その不当な条項を無効とする規定（法第8条～第10条）である。

このうち、②と③について、不当な勧誘とは何か、不当な条項とは何か、が法で定められているので以下概観する。

まず、②の不当な勧誘であるが、以下のような勧誘がなされた結果、消費者が誤認または困惑して締結した契約は取消が可能となる。

- ・重要事項について事実と異なることを告げること（法第4条第1項第1号、不実告知）。ここで重要事項とは、物やサービスの質、取引条件といったもののほか、その物やサービスを必要とする理由（損害や危険を回避する必要性など）である（法第4条第5項）。具体例では「シロアリに家が侵食されていてシロアリ駆除のため一定作業が必要」といった勧誘行為で、作業がシロアリを除去するレベルのもでなかった場合（サービスの質）や、そもそもシロアリがいなかった場合（サービスを必要とする理由）などが該当する。
- ・将来における変動が不確実な事項について確実であると告げること（法第4条第1項第2号、断定的判断の提供）。価格の変動する金融商品の勧誘に当たって「値上がりは確実だ」と告げるような場合が該当する。
- ・消費者の利益になる旨を告げながら、重要事項について不利益となる事実を故意に告げないこと（法第4条第2項、不利益事実の不告知）。重要事項は上述の通り。具体例ではマンションの眺望をうたい文句にして販売したが、目の前に大きなビルが建設予定であることを知りながら告げなかった場合などが該当する。
- ・消費者の自宅で事業者が消費者から帰ってくれといわれたにもかかわらず退去しないこと、また事業者の事務所から消費者が帰らせてくれといったにもかかわらず退去させないこと（法第4条第3項、不退去・退去妨害）。
- ・販売する分量がその消費者にとって著しく過分であることを知っていて勧誘すること（法第4条第4項、過量販売）。具体例では、高齢者に数十着の着物を販売した場合などがある。

² 一方で消費者にも契約内容を理解するよう努める義務が課せられている（法第3条第2項）。

次に、③の不当な契約条項であるが、以下のような契約条項は無効とされる。

- ・債務不履行や不法行為、瑕疵担保責任があった場合に事業者の損害賠償責任の全部を免除する条項や、事業者の故意または重過失による債務不履行・不法行為の場合に損害賠償責任の一部を免除する条項（法第8条）。具体例としてソフトウェアの利用に関し、プログラムミス等による責任を一切負わないとする条項が考えられる。
- ・事業者の債務不履行や隠れた瑕疵があった場合でも消費者の解除権を放棄させる条項（法第8条の2）。具体例として、通信販売で購入した商品が動作不良であっても解除できないとする条項が考えられる。
- ・消費者の損害賠償責任を定める条項のうち、消費者から契約の解除があった場合に、契約の解除に伴う平均的な損害額を超える部分や、遅延損害金に付き年利14.6%を超える部分（法第9条）。具体例として、ホテル宿泊のキャンセルに関し、それが一ヶ月前でも宿泊料全額をキャンセル料として徴収するといった条項が考えられる。
- ・民法などの任意規定の適用による場合と比べ消費者の権利を制限し、または義務を加重する条項であって信義則に反して消費者の利益を一方的に害する条項（法第10条）。これには条文自体に事例が挙げられており、それによると勝手に商品を送りつけて拒否がなければ契約成立を主張するといった消費者の不作为をもってあらたな契約が成立するといった条項が該当するとされる³。

次項では、今回の改正要綱案の主要改正点について検討するとともに、保険実務に及ぼす影響についても考察する。

2——消費者契約法改正要綱案の主要改正点

1 | 契約内容の平易・明確化、情報提供に係る改正

まず法第3条(契約内容の平易・明確化と情報提供の努力義務)にかかる改正がある（上記①に係る改正）。

具体的には2点あり、1点目は契約内容を明確化するにあたって「その解釈について疑義の生じない」ようにするという文言が加わったことである。この改正の背景には「条項使用者不利の原則」を明文化するかどうかの議論があった。条項使用者不利の原則とは、契約の条項について、解釈を尽くしてもなお複数の解釈の可能性が残る場合には、条項の使用者（作成者）に不利な解釈を採用すべきであるという考え方である。

この点、実業界等から、解釈にあたって条項が二義的であれば、他の事情はともかく、とにかく条項を作成した側に不利に解釈すべきというように解釈されるおそれがある等の問題提起がなされた結果、「条項使用者不利の原則の理由となった部分を明確化することについてはコンセンサスがあった」

³ なお、この点について、賃貸借等で見られる契約の自動更新条項は不当条項に該当しない場合が多いとの解釈が消費者庁から示されている。

http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/annotations/pdf/annotation_171208_0015.pdf

⁴として「その解釈について疑義の生じない」という文言を付加することになったという経緯がある。

この点に関しては、消費者契約で「条項使用者不利の原則」に明確に触れた判例がまだ存在しないこと、また「条項使用者不利の原則」も含め解釈のプロセス（契約者間の理解、表現の意味などにかかる解釈手順）についていまだ固まったものがないということがある。また、保険契約に関して言えば、たとえば災害入院医療特約などでは不慮の事故で入院した場合を給付対象としている。不慮の事故とは「急激かつ偶発的な外来の事故」とされているが、この解釈がしばしば裁判でも問題となる。しかし、起こりうるすべてのケースを規定することはとうてい不可能であることから、「条項使用者不利の原則」が規定されれば、疑義の生じたケースはすべて不慮の事故とされてしまうことにもなりかねず、「条項使用者不利の原則」の条文化は現状のままでは不相当と考えられ、今回の改正案でも条文化はなされなかった⁵。

2点目は事業者の勧誘に当たって、「物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものの性質に応じ、個々の消費者の知識および経験を考慮した上で」情報提供することに努めるとされたことである。情報提供義務については以前より、どの水準の情報を提供すべきかの議論がある。具体的には、相手が一般人としての理解能力を持っており、そのことを前提とした情報提供をすればよいのか、相手の個々事情まで配慮したうえで情報提供すべきか、ということである。一般論としては、情報提供義務は一般人が理解できる程度の情報提供を行えばよいと通常、解されており、それに加え、たとえば金融商品では金融商品販売法で、説明は「顧客の知識、経験、財産の状況及び当該金融商品の販売に係る契約を締結する目的に照らして、当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度によるものでなければならない。」とされているように個別に定められる（金融商品の販売に関する法律第3条第2項）。また、ワラントなど金融商品について顧客属性を踏まえて説明すべきとする裁判例もある。

この点、努力義務とはいえ、知識・経験を考慮した上で情報提供を努めるべきとしたことには、法が消費者契約すべてを対象にしていることを考えると、保険募集においても一定のインパクトがある⁶。

なお、本改正については、消費者委員会の「成年年齢引き下げ対応ワーキンググループ」からの要請を受けて改正を行った側面があるものの、「知識及び経験」と「年齢」は重なるものとして、考慮要件として「年齢」は明文化されなかった⁷。

2 | 不当勧誘に係る改正

不当勧誘に関しては5点の改正案がある。

第一は不利益事実の不告知に関する改正である。現行の不利益事実の不告知は、重要事項について先行的に利益となることを告げ、故意に不利益となることを告げないという不当勧誘とされている。

⁴ 消費者委員会 消費者契約法専門委員会「消費者契約法専門調査会報告書（以下「報告書」）」（平成29年8月）13ページ参照

⁵ この点について一般社団法人日本損害保険協会が詳細な問題提起をしている。同協会の第37回消費者契約法専門委員会ヒアリング資料参照。

⁶ ただし、「消費者契約の目的となるものの性質に応じ」との限定があることに注意。

⁷ 前掲注4「報告書」14ページ参照。

この条項については、不利益を告げなかったことが故意であることについて立証が難しいとの意見が消費者相談の現場から聞かれ、重過失を加えることとなった。

たとえば先にあげた眺望の良いマンション販売のケースで、目の前にビルが建つことを事業者が「知らなかった」といえばそれ以上の何もできなくなるが、マンションとビルの敷地が同一オーナーのものであったり、地域住民に広く建設計画が知られていたりしたような場合も少なくとも「重過失」で取消可能になると思われる。

この点、保険募集においても不利益事実の不告知が問題となりえる。この点、不利益になりうる項目については「注意喚起情報」にまとめられているので、「注意喚起情報」を確実に消費者に交付することが重要である。

第二と第三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に属する規定で、いずれも新設規定である。

第二は社会経験の乏しいことから、消費者が社会生活上の不安や自分の容姿などに関する過度な不安を有していることに付けこんでその不安をあおりたて、合理的な根拠など正当理由がないのに、その不安解消のためといって物品やサービスなどを売りつけることである。事例としては無料の就活セミナーに呼び出し「あんたは一生成功しない」などと不安をあおり有料講座の受講勧奨をしたような場合である⁸。

ところで、この条項については消費者委員会の報告書と法案で異なる部分がある。消費者の「社会経験が乏しいこと」が要件のひとつとして法案では追加されている部分である。これは成年年齢引き下げを意識して付け加えられたと思われるが、この点について消費者委員会側は高齢者等も含めて不当勧誘行為にすべきという認識があったと思われ、食い違いを見せている⁹。

この改正案については、保険募集はリスクを訴求して契約の締結を促すものであり、本条項との関係が問題となる。しかし、保険商品にはリスク回避の観点からの合理性があり、かつ顧客意向の把握・確認手順（保険業法第 294 条の 2）を正當に履行していれば、本規定により取消されることはないものと考えられる。

第三は社会経験が乏しいことから、消費者が勧誘者（事業者）に対して恋愛感情等好意を抱いており、勧誘者も同様に好意を抱いているものと誤信していることを知りながら、契約を締結しなければ関係が破綻すると告げることである。

これはいわゆるデート商法と呼ばれるものであり、勧誘者と消費者が恋人関係にあると誤信させ、その関係を続けさせるという名目で商品等の購入を迫るものである。この規定について 2 点指摘しておきたい。ひとつは上記第二と同様に法案では「社会経験が乏しいことから」が付加されていることである。

もうひとつは消費者委員会の報告書では「緊密な関係を新たに築き」とされている部分が法案では落ちていることである。この点は既存の関係を利用することも本規定の射程に入れるもので適用範囲

⁸ 前掲注 4 「報告書」参考事例・条項例集参照。

⁹ 「消費者契約法の一部を改正する法律案に対する意見」（平成 30 年 3 月 8 日、消費者委員会）参照。

が広がっている。そうすると保険募集では家族ぐるみで人間関係を築いている営業職員と消費者の関係などが問題となりうるが、通常、関係が破綻すると告げることは考えにくく、本規定の適用がある場面はないであろう。

第四と第五は心理負担を抱かせる言動等による困惑類型であり、こちらも新設規定である。

第四は消費者が消費者契約を申し込んでもいないのに、事業者が、契約が締結されたら行うべきことを行ってしまい、原状を回復することを著しく困難にすることである。具体例としてはガソリンスタンドでワイパーやオイルを勝手に交換されてしまい、仕方なく代金を払ったというものが挙げられる¹⁰。

第五は消費者が消費者契約を申し込んでもいないのに、事業者が調査、情報の提供等消費者契約の締結を目指した事業活動を実施し、正当な理由がある場合でないのに、消費者のために特に実施したものである旨及び当該事業活動の実施により生じた損失の補償を請求する旨を告げることである。具体例として、不用品回収業者のトラックを止め、マンションまで来てもらったところ、無料ではない旨を言われ、断ろうとしたものの「このままでは帰れない」とすごまれて契約してしまったケースが挙げられる¹¹。

第四と第五のうち、特に第五は生命保険募集では理念的には考えうるものの、過去の苦情の事例動向から見ると一般には起こりにくいものと思われる。

3 | 不当条項に係る改正

不当条項に関する改正案は3点である。

第一に、現行法の不当条項には上述の通り、事業者の損害賠償責任の全部を免除する条項や、事業者の故意または重過失による場合に損害賠償責任の一部を免除する条項がある。

今回の改正案はこれら規定の潜脱となる契約条項を無効とするものである。具体的には①事業者の損害賠償責任の全部について、その責任の有無を決定する権限を付与する条項、および②事業者の故意または重過失による損害賠償責任の一部について、その責任の限度を決定する権限を付与する条項を無効とする。このような規定があれば、実質的に事業者の損害賠償責任の全部を免除したり、一部を免除したりすることが事業者の判断ひとつで可能になるためである。

第二に、これも現行法の潜脱となる規定の拡充であるが、現行法には事業者の債務不履行や隠れた瑕疵があった場合でも消費者の解除権を放棄させる条項を不当条項とする規定がある。今回の改正案では、事業者の債務不履行や隠れた瑕疵があった場合に消費者の解除権の有無を決定する権限を事業者に与える条項も不当条項とする。これも第一の改正と同様に、事業者の判断ひとつで「解除権は生じていない」ということができるためである。

¹⁰ 前掲注4「報告書」参考事例・条項例集参照。

¹¹ 前掲注4「報告書」参考事例・条項例集参照。

第三に、これは新設規定であるが、事業者に対し、消費者が後見開始、保佐開始又は補助開始の審判を受けたことのみを理由とする解除権を付与する条項は無効とする規定が導入される。

高齢社会を迎え、高齢者の生活の安定を図るための制度が逆に高齢者の契約関係の不安定を招くものとなるため、典型的に無効にすることとしたものである。

なお、たとえば株の信用取引など適合性の原則が厳格に適用されるべき取引がある。このような場合成年後見等の審判は適合性の原則上、取引を中止すべきものと思われるが、この点、「消費者契約法専門委員会報告書」では、個別に適合性原則の有無の確認等を行い、最終的に契約解除に至ることまでも一律に無効とすることを想定したものではないとしている¹²。

改正される不当条項規定に関して、生命保険約款には該当するような条項はなく、改正法案が保険約款に影響を及ぼすとは考えにくい。ただ、第三に関しては、「消費者契約法専門委員会報告書」が注意書きした点について、変額年金の実務をどうすべきか考える必要があるかもしれない。今後の課題である。

3—おわりに

消費者契約法が生命保険契約に関して問題となった有名な事件として、保険料債務の履行催告がないまま契約を失効させてしまう、いわゆる無催告失効条項の有効性の有無が最高裁まで争われた裁判があった（最判平成24年3月16日、民集66巻5号2216頁）。

問題となった条文は法第10条である。同条は、民法などの任意規定の適用による場合と比べ消費者の権利を制限し、あるいは義務を加重する消費者契約の規定で信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものは無効とするという条文である。この条文に照らして、無催告失効条項は、民法541条において債務不履行により契約を解除する前提として履行の催告を行うこととされている規定に反し、消費者利益を一方的に害するため無効ではないかという原告の主張であった。

最高裁の判旨としては、①債務不履行となったのちに猶予期間が設けられている、②自動振替貸付により失効を回避する制度がある、および③失効前に確実に督促をする実務があるときは、無催告失効条項は無効とはならないとするものであった。

今回の改正については以上見てきたとおり、実務への影響はさほど大きくはなさそうである。ただ、今後については、たとえば現在「勧誘行為」に広告が含まれるか、含まれるとしたらどこまで含むかが検討課題とされている¹³。広告が勧誘に広く含まれるようであれば、不当勧誘行為の第一で述べた不利益事実の不告知が幅広く適用されかねない。そうするとTVCMや通販サイトの広告でも注意事項を詳細に表示しなければならないなど事業に支障が出かねない。

このように生命保険業界にとって消費者契約法はかかわりの深い法律であり、その改正動向についても常に注視しておく必要がある。筆者も引き続きトレースをしていきたい。

以上

¹² 前掲注4「報告書」11ページ参照。

¹³ 前掲注4「報告書」16ページ参照。