

消費者契約法

被害の救済を目的に

私たちの日常生活は、商品やサービスを購入することで営まれており、これらはすべて契約を通して行われます。

契約に際して問題のある勧誘行為があった場合には、民法の錯誤、詐欺、脅迫などの規定の適用が考えられますが、民法の要件は対等者間の取引を前提としていますので、消費者トラブルの解決には十分ではありません。

また、事業者は自分に一方的に有利な特約を契約条項として、契約自由のもとに、これを消費者に押し付けることがあります。これに対しても民法は有効ではありません。

私たちの消費生活上の契約全般に関し消費者保護のための重要な法律として消費者契約法があります。

消費者契約とは、個人（自然人）である消費者と事業者の間に締結される契約で、労働契約以外のすべての契約をいいます（同法 2 条①、48 条）。

事業者とは、法人、その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる個人をいいます（同法 2 条②）。

消費者契約において、消費者と事業者との間の情報の質や量の格差、交渉力の格差が消費者と事業者の間のトラブルの背景になっていることが少なくないので、同法は事業者の努力義務と消費者被害救済のための規定を設けています。

事業者の努力義務として、契約内容を定める際には消費者にとって明確かつ平易なものとすること、契約の勧誘の際には契約の締結の判断に重要な情報について提供すべきことの二つがあります（同法 3 条①）。

消費者被害救済のための規制は、契約締結過程と契約条項内容の両面に及んでいます。

前者については、契約の勧誘の際、事業者の説明に問題があり消費者が誤認して契約してしまった場合や、事業者が強引な勧誘をしたことにより消費者が困惑して契約してしまった場合に、原則として 6 か月以内に契約を取り消すことができると規定しています（同法 4 条）。

後者については、契約条項の内容に関して消費者の利益を不当に害する一定の条項の全部または一部を無効とすると規定しています（同法 8～10 条）。

このような特別の定めをおくことによって、消費者契約に関する紛争の公正かつ円滑な解決に役立つものと考えられています。

消費者契約法による取消および無効の制度については次回にご説明します。

