

關於日本消費者契約法之具體內容

杜怡靜* 譯

國民生活審議會之消費者政策部會，於去年七月所設置之消費者契約適正化委員會，就消費者契約適正化之民事規範之具體內容及為確保民事規範之實效性之具體方案進行調查審議。消費者政策部會於今年一月二十一日作成「關於消費者契約（草案）之具體內容」之中間報告，以下就其概要說明如下：

一、消費者契約法之目的

◎消費者契約法乃透過消費者契約之訂定過程及其內容之適正化，以確保消費者之利益，實現消費生活之安定及提昇為目的。

由於消費者與企業間，在資訊、知識、交涉能力上存有很大之差距，因此消費者不能在對等關係上，依其自己之意思締結契約。以至於在契約締結過程中及對契約內容上產生認知上之差異，導致消費糾紛之增加。有鑑於此，為求在契約締結過程中及契約內容之適正化，具體且概括性之民事規範之立法化（消費者契約法）是必要的。

本法之立法目的在使消費者與企業，在交易關係中立於對等之地位，使雙方能基於自我責任之原則從事交易行為。此種在歐美各國已經被社會接受之思想制度之引受，才能使日本經濟社會有能力來因應國際化之需求。

二、消費者契約法之適用範圍

◎消費者契約法係以消費者與企業者間所訂定之所有之契約為其對象。

本法之適用對象係以消費者與企業間所訂定之契約為其對象。故此之契約不分業種及交易之型態。以廣泛地被適用，來確保本法之概括性。此外，為更明確此法之適用範圍，對於「消費者」與「企業」分別予以定義。首先此法中

*譯者為日本一橋大學法學研究科博士，現任德明商專助理教授。

對消費者之定義為：在消費生活中，自然人之與營利無關而為之行爲。而對企業之定義為：自然人、法人或其他團體，以營利目地所為之行爲。

三、為求契約締結過程適正化之規範內容

(1) 情報提供義務及不實告知

◎消費者契約中，企業者如於契約訂立之際，關於契約之基本事項或其他有關影響消費者判斷之事項，未提供資訊或予以不實之告知，而此資訊之提供或不實之告知將會影響消費者其訂定該契約之意思決定時，消費者可主張撤銷此契約。

此規定係針對企業在勸誘消費者訂定契約時，因為企業①對於有關契約內容未提供②消費者決定訂約與否之重要資訊未提供③提供虛偽不實之資訊時，契約效力之問題。此問題原本可適用民法詐欺、錯誤之規定，由於民法對詐欺、錯誤科以嚴格之要件，故對消費者而言依民法規定救濟不易。因此有必要於訂定契約時，科予企業對於影響消費者判斷之「重要事項」提供情報義務及誠實之告知義務。此之所謂「重要事項」之判斷，係指該事項將會左右到消費者締結契約之意思決定來認定。此外，就資訊提供方面，基本上，應依據消費者之理解能力，使其有理解資訊內容之機會。故業者往往必需以口頭說明或以交付書面的方式為之。

(2) 脅迫、困惑

◎消費者契約中，企業者如於鼓吹當事人訂定契約時，有使用脅迫或令當事人困惑之行為時，而此之行為將會影響消費者其訂定該契約之意思決定時，消費者可主張撤銷此契約。

消費者於締結契約之動機形成過程中，業者有①對消費者有施以脅迫之態度表示②長時間拘束消費者等事由時，由於依原來民法上強暴、脅迫之規定不足以救濟，故定此規定予以補救。

(3) 不意條款

◎從交涉過程看來，有消費者所不能預料到之契約條款的話（即所謂之

不意條款），此條款將不構成該契約之內容。

消費者與業者於訂約之際，就契約內容之一部雖已有意思合致存在，但其契約之一部係在未予資訊提供之下而訂定的話，由於依原來民法上關於錯誤的規定，不能予以消費者充分之救濟，故設此規定。

四、為求契約內容適正化之規範內容

(1)不當條款

◎消費者契約中之不當條款，其全部或一部不生效力。

所謂不當條款，係指違反誠信原則予以消費者不當之不利益條款。

契約內容中，有下列各項情形時，即所謂不當條款。①因業者之過失，導致消費者受到人身上之損害，而業者完全不負任何責任。②雖消費者已為解除契約之意思表示，而業者以契約上已不能解約為由。③消費者於解除契約或契約更新之際，被業者以契約上已不能解約為由。④消費者於解除契約或契約更新之際，被業者要求不當之更新費用或解約金。⑤業者一方任意變更契約之內容。

(2)不當條款一覽表

◎作成不當條款一覽表，將當然無效之條款列為黑名單，將只有在評價為不相當時才無效者列為灰名單，予以逐一列舉。

由於不當條款之定義基本上是抽象的、故藉由不當條款一覽表之作成，使其具體化與明確化。而此之不當條款一覽表中，對於列為黑名單之不當條款其法律效果為當然無效。此外，為顧及此法為適用各種業者，對於列為灰名單之項目只有在被評價為不相當時才無效。對於列為黑名單之項目，只要消費者舉證該契約條款該當黑名單上之項目，則該當條款即被視為不當條款。而被列為灰名單之項目，只有在被評價為「不相當地」「顯著地」「過度地」之際之才無效。但此時舉證責任如何分配則成問題。

(3)契約條款之明確化等

◎契約條款之用語，應用明確且平淺易懂之用語來表達。

鑑於消費者與企業間在資訊及交涉力上有很大之差距存在，在契約條款之表達上有曖昧不明之時，常造成對企業有利之解釋。此外，在放寬規制之潮流中，消費者在基於自我責任之要求下，更應要求契約條款之平易性。

◎對於契約條款之解釋應依合理之解釋為之，如果仍有疑義時，應以作對消費者有利之解釋為優先。

即使是透過合理的解釋，對於契約條款之意思仍有疑義時，藉由對消費者有利之解釋之規定，期待業者儘可能作出無疑義之條款。另一方面，雖有一些惡劣之消費者可能會濫用此規定，但如依照裁判官在合理之解釋下，仍優先適用對消費者有利之解釋的話，即使有惡劣之消費者堅持對己有利之解釋之情況下，也足以對抗之。

五、消費者契約法與既存法律之關係

(1)與民商法的關係

◎消費者契約法為民商法之特別法。

限定適用於消費者契約之消費者契約法，為不論契約當事人是否為消費者之民商法的特別法。

因此，就與民商法之個別規定之關係而言，譬如即使不符合民法詐欺、錯誤、脅迫的要件，如果適用消費者契約法中不當勸誘的規定，則消費者仍可獲得救濟，但如果符合民法之要件，也可能同時有適用消費者契約法之可能，對消費者而言，可擇一來主張。

(2)與一般業法之關係

◎一般業法中有關私法之規定者，則為消費者契約法之特別法。

在各別業法之規定中，有關私人間之權利義務之規定者，由於限定各別業種之適用，故為不問業種為何之消費者契約法的特別法。因此，於制定消費者契約法之際，有必要與各業法間上之私法規定謀求整合。

(3)與行政規範之關係

◎行政規範不能妨礙消費者契約法之適用。

譬如就定型化契約有所謂認可制、申報制等行政規制存在。但此係以對事業者行為規範為目地之行政規範，與規範私人間之權利義務關係之消費者契約法不同。故該定型化契約即使符合該行政規制之基準，不得以此為由而排除適用消費者契約法。