消費者取引における不当条項チェックポイント

―不当性の検討と判断―

編集　東京弁護士会 消費者問題特別委員会

新日本法規

発刊によせて

本書は、東京弁護士会 消費者問題特別委員会所属の弁護士が、消費者契約における契約書や約款の条項について、不当条項に該当するか否かが問題となる具体的な条項例、当該条項の法的な問題点、不当条項とならないようにするためのチェックポイント等を検討したものです。

事例をベースに消費者問題を検討した本は多数出版されていますが、不当条項に的を絞って、条項例をベースに消費者問題を検討した類書はなく、この点で本書は画期的なものとなっています。

また、本書で取り上げた条項例の大半は、全国各地にある適格消費者団体が差止請求等で実際に取り上げたものがベースになっており、適格消費者団体が扱った不当条項事例の多くをカバーする内容で実践的な内容になっています。

また、本書で取り上げた不当条項は、消費者契約法第８条乃至第10条該当性が問題となる条項が中心ですが、民法の定型約款規制に反する条項、特定商取引法や割賦販売法といった消費者保護規制に違反するおそれがある条項を広くカバーしています。

従来の消費者法関連の本は、消費者問題を取り扱う弁護士を主たる読者層にしたものが大半でしたが、本書は、具体的な条項例の問題点を検討していることから、企業側が消費者契約に関連する条項を作成する場面、企業法務において消費者契約の不当条項性をチェックする場面、消費者問題に携わる弁護士が具体的事案で契約条項の不当性を追及する場面、適格消費者団体等が差止請求等にあたって問題となっている条項について不当性を検討する場面、いずれにも役立つものとなっています。

このような特徴を持つ本書が、弁護士の実務や企業法務、適格消費者団体の業務に広く活用され、消費者契約における不当条項の問題が解消されることを祈念します。

2026年３月

東京弁護士会
会長　**鈴木　善和**

はしがき

社会の進展に伴い消費者向けに提供される商品は増大し、消費者向けのサービス取引も多様なものが次々と登場しています。また、ネット取引の進展やスマートフォンの普及により、消費者が契約締結をする方法や代金決済の方法も大きく変化しています。

このような消費者取引を巡る状況が大きく変化した結果、事業者と消費者の情報や交渉力の格差も拡大し、脆弱性がある消費者が不当な条項の契約を締結して被害に遭う消費者被害事件も増加しました。

こうした状況を受けて2020（令和２）年に施行された民法債権法改正において定型約款規制が新設され、2016（平成28）年、2018（平成30）年、2022（令和４）年と消費者契約法の改正が相次いだことから、消費者取引で不当条項とされる範囲は拡大していきました。

これらの改正は、消費者保護に資するものですが、一方で、消費者・事業者いずれの立場からみても、契約書や約款の条項が不当条項に該当するかを適切に判断することは難しくなりました。そして、どのような条項が不当条項に該当するか分からないという声は、法曹を含む法律実務家の間でも強く出ていることから、消費者取引において不当条項に該当するか疑わしい例を問題条項として示し、不当条項に該当するかどうかを判断するポイントを、最新の法令や判例・裁判例に基づいて具体的に解説するために編まれたのが本書です。

従来、消費者問題を取り扱う書籍で、Q&A型式のものや、事例解説型式のものは多数出版されていますが、契約書や約款の条項に特化してその不当条項該当性を検討した書籍は見当たりません。この例がないテーマに取り組むにあたって、どのような条項を取り上げるかについては、執筆者間でも議論があり、苦心もしました。

議論の結果、本書では、全国の適格消費者団体が差止請求等において不当条項の疑いがあるとして扱った事例を、COCoLiS（消費者庁が運営する適格消費者団体・特定適格消費者団体の活動状況や裁判の進捗状況等を提供するポータルサイト）や各適格消費者団体のホームページを通じて調査・検討した上で、特殊な事案を除いてほぼ網羅的に取り上げるという方向で、条項を選定しました。

本書の執筆者は、全員が東京弁護士会の消費者問題特別委員会の委員として消費者問題の解決に向けて日々活動しています。また、適格消費者団体に所属し、不当条項の差止請求等をする活動に携わっている者もおります。執筆者が、これらの活動を通じて現場で培った実践的な知識や実務経験が、本書には反映されています。

本書は共著ですので、解説に当たっては取り上げた事例の性質や論点に応じて、各執筆者の知見と実務感覚を踏まえた表現としているため、体裁等が不一致な点もありますがご理解いただければ幸いです。

本書は、消費者取引にかかる契約や約款を作成する企業、企業から相談を受ける法律実務家、消費者から相談を受ける法律実務家いずれにとっても最新かつ有益な情報を提供するものであると自信を持ってお勧めできます。

本書が広く実務家に利用されることを願ってやみません。

2026年３月

東京弁護士会　消費者問題特別委員会
委員長　弁護士　佐藤　千弥

編集・執筆者一覧

編集　東京弁護士会　消費者問題特別委員会

《監　修》

松 本 恒 雄

《編集委員・執筆》（修習期順）

佐 藤 千 弥
志水 芙美代
大 塚　　陵
後 藤 隆 士
林　　慶太郎

《執筆者》（修習期順・五十音順）

佐々木 幸孝	菊 間 龍 一
酒 井 紀 子	町 田 伸 明
佐 藤 千 弥	林　　慶太郎
志水 芙美代	上 柳 和 貴
小 林 茂 美	大 串 亮 平
大 塚　　陵	工 藤 寛 泰
佐 伯 理 華	岡 野 翔 太
宮 本 暁 子	藤 枝 典 明
後 藤 隆 士	柳川 夢太郎
辻 本 奈 保	

［３］　サルベージ条項（「関連法令に反しない限り」のような留保文言のある条項）

問題条項

（損害賠償責任）
第〇条
　弊社が顧客に対して負う損害賠償責任は、関連法令に反しない限り、〇万円を限度とする。

チェックポイント

□　サルベージ条項は、契約条項の明確化の要請（消費契約３①ー）の観点から、事業者は使用しないように努めるべきである。

□　事業者の損害賠償責任の一部を免除する条項（一部免責条項）に係るサルベージ条項は、消費者契約法８条３項により無効である。

□　損害賠償の免除条項以外のサルベージ条項も無効となる可能性がある。

解　　説

１　問題の所在

（１）　ある条項が本来は強行法規に反し全部無効となる場合に、その条項の効力を強行法規によって無効とされない範囲に限定する趣旨の条項をサルベージ条項という。本来は全部無効となるべき条項に一

定の留保文言を加えて、その条項の有効性を維持しようとする条項ともいえる。

（２）「関連法令に反しない限り」との留保文言のある本条項は、典型的なサルベージ条項である。すなわち、本条項は、事業者の損害賠償責任の限度額を設けて、それを超える責任を免除する条項（一部免責条項）であるが、本条項が事業者に故意又は重過失がある場合にまで適用されるとすると、本条項は本来全部無効である（消費契約８①二・四）。ところが、「関連法令に反しない限り」との留保文言を加えることにより、本条項の適用範囲を事業者に軽過失がある場合に限定することができれば、本条項はその限度で有効性が維持される（無効となるべき条項を「サルベージ（救助）」する。）。

しかしながら、「関連法令に反しない限り」といった留保文言では、いかなる範囲で本条項が有効なのか消費者にとって不明確であり、本来請求が可能である、事業者に故意又は重過失がある場合の損害賠償請求が抑制されかねない。

これがサルベージ条項の問題である。

２　消費者契約法３条１項１号及び同法８条３項

（１）事業者側の立場からは、裁判例の変更や法改正を追いながらタイムリーに規約を変更することや、各国の消費者保護法令等を完璧に調査して、それらに抵触しない条項を作成することは困難であること等を理由に、可及的に条項の有効性を担保する手段として、サルベージ条項は必要であるとの考え方もあり得よう。

しかしながら、そもそも事業者は、消費者契約の内容が、その解釈について疑義が生じない明確なもので、かつ、消費者にとって平易な条項を作成するよう配慮する努力義務を負っているのであるから（消費契約３①一）、サルベージ条項を使用せず、具体的に条項を作成するよう努めるべきである。

（２）　また、サルベージ条項のうち、事業者の損害賠償責任の一部を免除する条項であって、事業者の軽過失による場合にのみ適用されることを明らかにしていない条項については、無効であることが明文の規定により明らかにされるに至っている（消費契約８③）。

３　本条項についての検討

本条項は、事業者の損害賠償責任の一部を免除する条項である。そして、「関連法令に反しない限り」との留保文言では、事業者の軽過失による場合にのみ適用されることを明らかにしているとは到底いえない。したがって、本条項は、不当なサルベージ条項として、消費者契約法８条３項により無効となる。

なお、事業者の軽過失による場合にのみ適用されることが明らかか否かは、一般的・平均的な消費者を基準に判断されるとされている。かかる観点からすると、例えば、「弊社に軽過失がある場合に限り、弊社が顧客に対して負う賠償限度額は、○万円とする。」との条項や、「弊社に故意又は重過失がある場合を除き、弊社が顧客に対して負う賠償限度額は、○万円とする。」との条項であれば、消費者契約法８条３項によって無効とはならないと解される。

４　損害賠償の免除条項以外のサルベージ条項

前記のように明文規定が設けられた損害賠償の免除条項以外にも、サルベージ条項は問題となり得る。

例えば、「いかなる場合でも契約後のキャンセルは一切受け付けられません。」というような契約条項は、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を無効とする同法８条３項により無効となる。このような条項について、「法律上許される限り、契約後のキャンセルは受け付けられません。」との留保文言を加えたからと

いって、一般的・平均的な消費者にとって、事業者に債務不履行があったときは契約を解除し得ることが明確に示されているとはいえないであろう。したがって、このような留保文言付き条項も、消費者契約法８条の２により無効とされる可能性がある。

なお、損害賠償の免除条項や解除権放棄条項等に留保文言を加える形ではなく、別途サルベージ条項が設けられている場合（例えば、「本規約の条項の一部が、消費者契約法その他の法令等により無効と判断された場合であっても、当該条項のその余の部分は継続して効力を有するものとします。」のような条項）、損害賠償の免除条項や解除権放棄条項等だけでなく、サルベージ条項自体が消費者契約法10条により無効となるとの考え方もある（消費者被害防止ネットワーク東海（事案終了日：令和４年３月30日）参照）。

[13]　サブスクリプション契約（定期購入契約）で無料契約から自動的に有料契約に切り替わる旨の条項

問題条項

（自動更新）
第〇条
　無料期間終了後は自動的に有料プランに移行するものとする。

※　サブスクリプションの申込み（当初一定期間は無料）に際しての契約条項である。

チェックポイント

□　申込み段階で有料プランへの自動移行について明示しておらず、契約条項の記載のみをもって有料プランへ移行するとした場合、消費者契約法10条に該当して無効となる可能性がある。

□　通信販売の場合、特定商取引法により、広告や申込書面／最終確認画面に定期購入契約の具体的内容に関する表示が義務付けられている。

□　申込書面や最終確認画面における表示義務に違反し、消費者が誤認して申し込んだ場合、取消原因となり得る。

解　　説

1　問題の所在

本条項は、サブスクリプションサービスの申込みについて、無料期間経過後は消費者側の何らの手続も経ずに有料プランに自動移行する

というものである。事業者としては、改めて有料プランの申込みを受けずとも契約を継続することができ、売上げの増加やコスト削減に繋がりやすいというニーズがあるものと思われる。

このような、無料期間経過後に自動的に有料契約へ移行する商品・サービスは近時比較的よく見られるものであり、その旨を定める本条項自体が直ちに問題となるものではない。

問題は、本条項のような契約条件が、単に利用規約に記載されているのみで、申込み時点において、消費者に対して具体的に説明されていなかった場合である。消費者にとっては、有料プランに関して事前の説明・表示が無く、認識していなかった場合においては、意図しないままに有料契約に切り替わることとなり、不測の損害を被ることになる。

そこで、本事例では、本条項が消費者に対して不意打ち的に有料プランに切り替わる形で働く場合の、消費者契約法及び特定商取引法上の問題について検討する。

２　考え方

（１）　「サブスクリプション」、「定期購入」とは

「サブスクリプション」(subscription) 契約とは、一定の金額を定期的に支払うことにより、継続的に商品やサービスを利用できる契約形態をいう。近年では動画配信サービス、音楽ストリーミング、電子書籍、化粧品や健康食品の定期便、クラウドソフトウェアの利用サービス（SaaS）など、業種を問わず広範に普及している。定期的に商品が提供される取引については「定期購入」契約と呼ばれることも多い。

このようなサブスクリプション（定期購入）型契約は、従来の買い切り型契約と異なり、解約の意思表示がない限り自動的に契約が継続する形式である。そのため、消費者にとっては解約を行わない限り支

払が継続し、事業者にとっては安定的な収益を見込むことができる。

また、サブスクリプションサービスでは、「無料トライアル」や「○日間無料でお試し」など、一定期間の無料利用を提供する仕組みを採用するものが多く見られる。この仕組みは、消費者にとってはサービスの品質を事前に確認できるという利点があり、同時に、事業者にとってはサービスの成約率を高める効果的な手段となっている。

しかし、無料期間経過後に、消費者へ改めて同意を得る手続が一切なく、有料プランへ自動的に移行する仕組みとなっている場合、その設計や説明・表示のあり方によっては、消費者に予期しない支払が発生し、トラブルにつながるケースがある。このようなケースでは、消費者契約法10条該当性が問題となるほか、サブスクリプションサービス（定期購入）でのトラブル増加の背景を受けた令和３年改正特定商取引法（令和４年６月１日施行）における表示等規制の適用が問題となる（特定商取引12の６等）。

いずれの法の適用においても、サブスクリプション型契約においては、消費者にとって、申込み時点で、サービスの継続性及び有償性を正確に認識する機会が与えられていたかどうかが重要となるところである。以下、それぞれについて説明する。

（２）　消費者契約法10条

消費者契約法10条では、「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その他の法令中の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比して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」であり（前段要件）、「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」（後段要件）を無効としている。

前段要件は、任意規定の適用による場合に比し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いうところ、その典型例が、「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」すなわち、消費者が一定の行為をしない場合に、当該消費者が明示又は黙示の意思表示をしていなくても、新たな消費者契約を締結したものとみなすこととされている場合である。消費者が、単に無料のサブスクリプションの申込みをしただけであるのに、その後の消費者側の不作為をもって自動的に有料プランへ更新される（消費者の義務が加重される）条項は前段要件の典型例といえよう。

後段要件は、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、当該契約条項により、任意規定によって消費者が本来有しているはずの利益を、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を指す。申込時点における事前の説明･告知無しに、消費者の経済的負担のない無料プランから質的に異なる有料プランへ自動移行（更新）させる条項は、消費者の利益を侵害する程度が強く後段要件にも該当すると解される。

（３）　通信販売の場合の特定商取引法上の表示規制

サブスクリプション（定期購入）型契約を通信販売で締結する場合において、特定商取引法では、「申込書面」ないし「最終確認画面」上において、定期購入契約である旨、金額、契約期間、その他の販売条件を表示する義務を定めている（なお、申込書面・最終確認画面上の表示規制のほか、広告表示規制もある。特定商取引法11条を参照のこと。）。

ア　「特定申込み」について

特定商取引法12条の６の適用対象となる通信販売の契約の申込みは、「特定申込み」と定義されており、以下の２つの申込みが該当する。

①　販売業者等が定める様式の書面によって顧客が行う契約の申込み

[23]　デジタルプラットフォーム提供者の免責条項

問題条項

（免　責）
第〇条
　当サイトの利用に関連して、ユーザー間又はユーザーと第三者間でトラブルが発生した場合であっても、当社は一切の責任を負わないものとする。

チェックポイント

□　ユーザー間又はユーザーと第三者間のトラブルであっても、デジタルプラットフォーム提供者に債務不履行責任や不法行為責任が発生する場合は免責することができない。

□　デジタルプラットフォーム提供者は、信義則上、ユーザーに対し、欠陥のないシステムを構築してサービスを提供する義務を負う。

□　デジタルプラットフォーム提供者は、ユーザーの不正行為等を知った場合、合理的期間内にこれを是正する義務を負う。

解　　説

1　問題の所在

　オンラインショッピングモールやフリマアプリのように、インターネットを通じた取引の場をデジタルプラットフォームという。デジタルプラットフォーム提供者は、あくまで場を提供するにとどまるとし

て、ユーザー同士や第三者とのトラブルに介入しないという立場を取ることが少なくない。しかし、本条項は、そのような立場を示すだけでなく、デジタルプラットフォーム提供者に発生する一切の責任を否定しているため、消費者契約法８条１項１号又は３号に該当し無効となるおそれがある。なお、消費者契約法８条１項の基本的な考え方については［16］を参照されたい。

２　デジタルプラットフォーム提供者の法的責任

オンラインショッピングモールなどの取引デジタルプラットフォーム提供者は、商品等の表示に関して消費者から苦情の申出を受けた場合、調査等の措置を講ずる必要があるとされている（取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律３①二）。しかし、こうした措置はあくまで努力義務であり、デジタルプラットフォーム提供者に法的責任を認めるものではない。

これに対し、ユーザー間又はユーザーと第三者間のトラブルについて、デジタルプラットフォーム提供者に一定の法的責任を認めた裁判例もある。以下では、ユーザー間のトラブルに関する名古屋地裁平成20年３月28日判決（判タ1293・172）及びユーザーと第三者間のトラブルに関する知財高裁平成24年２月14日判決（判タ1404・217）を参考に、デジタルプラットフォーム提供者の法的責任について検討する。

（１）　名古屋地裁平成20年３月28日判決（判タ1293・172）

ア　事案の概要

インターネットオークションで詐欺被害に遭った利用者は、その運営者が詐欺被害を漫然と放置したとして損害賠償を請求した。これに対し、運営者は、利用規約上、インターネットオークションは利用者に取引のきっかけを提供するものにすぎない旨が定められているとして法的責任を争った。

イ　裁判所の判断

判旨は、信義則上、インターネットオークションの運営者は利用者に対して欠陥のないシステムを構築してサービスを提供すべき義務を負っているとした。その上で、運営者に求められる具体的義務の内容について、サービス提供当時におけるインターネットオークションをめぐる社会情勢、関連法規、システムの技術水準、システムの構築及び維持管理に要する費用、システム導入による効果、システム利用者の利便性等を総合考慮して判断されるとし、本件においては、時宜に即して相応の注意喚起措置をとっていたとして請求を棄却した。

（２）　知財高裁平成24年２月14日判決（判タ1404・217）

ア　事案の概要

オンラインショッピングモールの出店者に商標権を侵害された商標権者は、その運営者に対し、販売の差止めと損害賠償を請求した。しかし、原審は、商品の販売主体は出店者であって運営者ではないとしてこれを棄却した。

イ　裁判所の判断

判旨は、オンラインショッピングモールの運営者が単に出店者によるウェブページの開設のための環境等を整備するにとどまらず、出店者の管理・支配を行い、出店者からの基本出店料やシステム利用料の受領等の利益を受けている者であって、その者が出店者による商標権侵害があることを知ったとき又は知ることができたと認めるに足りる相当の理由があるに至ったときは、その後の合理的期間内に侵害内容のウェブページからの削除がなされない限り、商標権者は、当該期間経過後、運営者に対して差止請求と損害賠償請求をすることができるとした。その上で、本件においては、商標権侵害の事実を知ったときから８日以内という合理的期間内にこれを是正したとして控訴を棄却した。

３　考え方

このように、ユーザー間又はユーザーと第三者間のトラブルであっても、デジタルプラットフォーム提供者に債務不履行責任や不法行為責任が発生する場合がある。なお、EUでは、製造業者等が不明な製品について、デジタルプラットフォーム提供者に製造物責任を認めるPL指令が発効されるなど、国際的にも「場の提供者」という立場そのものが見直されつつある。

したがって、デジタルプラットフォーム提供者に発生する一切の責任を否定する本条項は、消費者契約法８条１項１号又は３号に該当し無効と解される。

[37]　消費者の損害賠償責任を加重する条項

問題条項

（会員の損害賠償責任）
第〇条　本クラブ内において、ビジターがその責めに帰すべき事由により、本クラブ又は第三者に損害を与えた場合には、同伴した会員が連帯して損害賠償責任を負うものとする。

チェックポイント

□　消費者の責任について定める条項の内容が、消費者の帰責性の有無や程度、結果発生との因果関係、責任の範囲などの観点から、民法等の任意規定の適用に比して加重されている場合、消費者契約法10条により無効となる可能性がある。

解　説

1　問題の所在

本条項は、フィットネスクラブの会員規約において、会員である消費者に、いわばビジターとの連帯責任を負わせる規定である。

このような条項が消費者契約法10条によって無効とされないかが問題となる。

2　民法の原則と消費者契約法10条

（1）　民法の原則

ア　債務不履行に基づく損害賠償責任

民法では、債務不履行に基づく損害賠償責任は、契約に基づき債務

を負う者が、その本旨に従った履行をしないときに生じ得るものである（民415）。したがって、契約当事者ではない第三者が、当該債務の不履行について、その責任を負うことはないのが原則である。

イ　不法行為に基づく損害賠償責任

民法では、不法行為に基づく損害賠償責任は、原則として、その行為者に故意又は過失が認められる場合に限って成立する（民709。過失責任主義）。

この過失責任主義の例外としては、①危険責任の原理（例えば、民法717条に基づく工作物責任、民法718条に基づく動物の占有者等の責任、製造物責任法３条に基づく製造物責任、自動車損害賠償保障法３条に基づく運行供用者責任等）、②報償責任の原理（例えば、民法715条の使用者責任、独禁法25条に基づく事業者の責任等）などがあるが、いずれも法定の場合に限られる。

ウ　連帯債務について

他人の負うこれらの損害賠償責任について、連帯債務の関係が成立するのは「法令の規定又は当事者の意思表示」がある場合に限られる（民436）。その例としては、併存的債務引受け（民470）や連帯保証（民454）、あるいは共同不法行為（民719）などがある。

（２）　消費者契約法10条

消費者契約法10条は、①法令中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て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って（前段要件）、②民法１条２項に規定する基本原則（信義誠実の原則）に反して消費者の利益を一方的に害するものは（後段要件）、無効としている。

前段要件における「法令中の公の秩序に関しない規定」（任意規定）には、明文の規定に限らず、「一般的な法理等」も含まれる（最判平23・７・15民集65・５・2269）。

後段要件は、「消費者契約法の趣旨、目的（同法１条参照）に照らし、

当該条項の性質、契約が成立するに至った経緯、消費者と事業者との間に存する情報の質及び量並びに交渉力の格差その他諸般の事情を総合考量して判断されるべき」であるとされる（前掲最判平23・７・15）。

３　本条項についての検討

（１）　債務不履行責任との関係

本条項は、会員がビジターの損害賠償債務を併存的に引き受けることを内容とするものと解釈することができる。

債務引受けにおいては、債務の特定がされていれば、債務者に将来生じる債務（将来債務）であっても、その一事をもって、直ちに債務引受けの対象とすることが妨げられるわけではないと解されている（山田誠一編『新注釈民法(10)債権(３)』115頁（有斐閣、2024））。そのため、民法上、将来債務を対象とする併存的債務引受けの合意をすることもできると考えられる（なお、債務引受けと異なり、一定の範囲に属する不特定の債務を主たる債務とする個人根保証契約は、書面又は電磁的記録でしなければ効力を生じず（民法465条の２第３項による民法446条２項・３項の準用）、極度額の定めを欠けば無効である（民465の２②）。そのため、本条項が個人根保証契約に該当すると解釈される場合には、当然に無効となる。）。

会員は、本来、ビジターの債務について責任を負わないところ、本条項により、その債務を併存的に引き受けたことになるため、本条項は、任意規定の適用に比べて、消費者の義務を加重する消費者契約の条項であると解され、消費者契約法10条前段に該当すると考えられる。

そして、本条項は単にビジターを同伴したとの一事をもって、会員に対し、クラブ及び第三者との関係で、例外なく、無限定に、他人（ビジター）の行為により生じる損害賠償責任に係る債務について会員に連帯責任を負わせるものとなり、著しく不当というほかないと解されるため、消費者契約法10条後段にも該当すると考えられる。

よって、本条項は消費者契約法10条により無効となると解する。

（２）　不法行為責任との関係

民法は、責任無能力者の監督義務者等の責任（民714）、使用者等の責任（民715）や共同不法行為者の責任（民719）といった法定の場合に限り、他人の行為について不法行為責任を負うことを定める。

ところが、本条項は、ビジターが損害賠償責任を負うべき場合において、単に同伴したとの一事をもって、会員に対し、クラブ及び第三者との関係で、ビジターと連帯してその責任を負担させることとなる。したがって、本条項が、会員がビジターと連帯して不法行為責任を負うべき場合を定めたものと解釈すると、これは「法令中の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比して……消費者の義務を加重する」ものとして消費者契約法10条前段に該当する。

そして、本条項は、同伴の一事をもって、会員に対し、クラブ及び第三者との関係で、例外なく、無限定に、他人（ビジター）の行為についての責任を負わせるものであり、著しく不当というほかない。したがって、本条後段は、信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものとして消費者契約法10条後段にも該当すると解される。

よって、この観点からも、本条項は消費者契約法10条により無効となると解する。

（３）　差止請求例

本条項と同様の条項について、適格消費者団体が差止請求をした事案がある。同事案は、事業者が適格消費者団体の申入れの趣旨に沿う対応をして解決されている（消費者市民サポートちば（事案終了日：令和５年11月９日））。

４　その他に問題となり得る条項

例えば、SNSやプラットフォームの利用規約において、消費者による当該サービスの利用及びかかる利用を原因として事業者が第三者か

新日本法規