

# 有識者懇談会のテーマ

## (1) 消費者法の対象主体とその考え方

### ① 消費者概念の再考

一般的平均的消費者概念の要否・妥当範囲と、判断力が著しく低下した認知症高齢者等の典型的に脆弱な消費者や消費者の限定合理性(※)の考慮等

(※) 合理的であろうと意図するけれども、認識能力の限界によって、限られた合理性しか持ち得ないこと

### ② 事業者の多様性の考慮

悪質性の有無の考慮、消費者との関係性(契約相手、取引基盤の提供者、情報・広告の提供者等)による違い等

### ③ 国の役割、事業者団体や消費者団体といった中間団体の役割の再考

## (2) 消費者法に何が必要か

### ① AI等の技術が果たす役割、法と技術の関係の整理

法による枠組み設定の必要性・可能性、AI等の技術の透明性確保策等

### ② 社会の変化等に対応して新たに必要になる法規定

契約の全過程(契約締結過程、履行過程、離脱過程等)への対応、消費者の典型的脆弱性への消費者法における対応、零百でない仕組み等

### ③ 様々な法的手法の役割分担と関係性の検討

民事ルール・行政規制・刑事罰のベストミックス、共同規制・自主ルールや消費者団体訴訟制度の活用等

## (3) 消費者法で何を実現するのか

### ① 消費者の自由・自律性の保障や、安心・安全・幸福の保障等の目的規定

消費者法の目的、「情報の質・量、交渉力の格差」の意義等

### ② 損失をリカバリーする仕組みの検討

救済規定の柔軟化、事業者の悪質性を踏まえた被害の予防策・回復策のバランス等