

消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会
これまでの議論の整理

1 消費者法で何を実現するか

(1) 消費者法の目的（消費者の自由・自律性の保障と安心・安全・幸福の保障）

- ① 消費者法のメルクマール（消費者保護の正当化根拠）
 - ・「消費者・事業者間の情報の質・量、交渉力の格差」では不十分ではないか
 - ・交渉力以外の能力格差（情報活用能力、脆弱性への対応能力等）の考慮
 - ・消費者・事業者間の格差以外のメルクマール
 - ・「一般的・平均的・合理的消費者」概念の限定性と「脆弱性」への対策
- ② 消費者の安心・安全・幸福の実現と消費者の自由・自律性の尊重のバランス
 - ・取引社会からの排除を誘発しないインクルーシブな社会の実現
- ③ 健全な取引の担保・促進

(2) 消費者法の役割

- ① 消費者の脆弱性の利用に対する規制
- ② 消費者のエンパワーメントによる格差是正
 - ・技術の活用（ホワイトパターンの開発・実装の促進 等）
- ③ 社会におけるガバナンスのコーディネート
 - ・多様なレギュレーションの最適配置
 - ・インセンティブの活用

2 消費者法の対象主体とその考え方

(1) 消費者概念の再考

- ① 消費者法のターゲットである「消費者」
 - ・「消費をする者」か「取引において（格差の劣位にある／脆弱な）自然人」か
- ② 消費者の脆弱性への対応
 - ・現在の消費者法が前提としている「一般的・平均的・合理的」消費者概念の妥当性
 - ・消費者の「不合理さ」「脆弱さ」を正面から捉えた法制度の必要性
 - ・一般的消費者が持つ状況・関係による状況的脆弱性と若年・高齢・貧困等による類型的・属性的脆弱性

(2) 事業者の多様性の考慮

- ① 悪質性の度合に応じた対応
 - ・事業者の悪質性に応じた法執行措置の複層化・連携化の必要性

(3) 対象主体の広がり

- ① 取引当事者である消費者に依拠する者（未成年の子ども 等）
- ② 「金銭を支払う人」としての消費者以外の「消費者」

- ・事業者にモノや情報を提供する「消費者」
 - ・対価を支払う消費者にモノやサービスを提供する「消費者」
- ③ 取引基盤（プラットフォーム、決裁機能等）提供者、情報・広告提供者
- ・「事業者の売り手」と「消費者の買い手」以外の間での取引を可能にする当事者の存在を踏まえた消費者法の在り方（複数当事者を対象として整備すべきか、それぞれ1対1関係で整備すべきか）
 - ・売り手Cを保護する必要性（プラットフォーム利用者を保護する仕組み等）
 - ・売り手Cと取引する消費者（買い手C）の保護の在り方

（4）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

- ① 国（行政）の機能拡充の必要性
- ・規制のスマート化、縦割りの排除、消費者法の規制権限の統合的な執行
 - ・情報利活用のための環境整備と情報の信用を担保するための仕組み
 - ・技術形成の支援
 - ・契約条項の適法性評価・勧告のような仕組みによる民事ルール形成
 - ・消費者（団体）の強化、事業者（団体）との協働
 - ・事業者が法・制度を遵守するためのインセンティブ設計
- ② 中間団体の役割
- ・消費者団体の役割分化（地域型と全国型、総合型と特定分野特化型 等）、いわゆる消費者問題外で個人をサポートする団体
 - ・消費者法・制度・消費者政策における多様な消費者団体等の役割の確立とそれらを組み込んだ柔軟な制度（ハードローの謙抑）
 - ・適格消費者団体が新たな役割を担う可能性（プラットフォームの格付け、デザインの監視・評価、等）
 - ・事業者団体の役割の位置づけ

3 消費者法に何が必要か

- （1）A I等の技術が果たす役割、法と技術の関係の整理
- ・法によって技術の役割と限界を画する必要性
 - ・ダークパターンの問題性を消費者法で宣言する意義・必要性
 - ・A I等の技術の活用とガバナンスの在り方
 - ・統計的A Iにより不可避的に発生するエラーを重大被害につなげないための仕組み
- （2）社会の変化等に対応して新たに必要になる規律
- ① 高齢化の進展に伴い新たに必要になる法的対応
- ・認知症高齢者など類型的・属性的な脆弱性に非類型的・非画一的に対応する仕組み
 - ・判断力が低下した者の消費者法での保護の必要性（成年後見制度対象程度に至らない者、同制度の利用を望まない者）

- ② デジタル化の進展に伴い新たに必要になる法的対応
 - ・ダークパターン対策（問題性の宣言は必要、不公正性や誤認誘発性の程度を踏まえた法律による規制ありきではないガバナンスの仕組みの構築）
 - ・消費者の限定合理性を前提とした制度の必要性
 - ・A I を使ったサービスに関するルール形成の在り方（体制整備義務、透明性確保、事後的監査 等）
 - ・サブスクリプション型契約のための規律（ガイドライン、努力義務 等）
 - ・プラットフォーム提供者の役割の拡大
- ③ デジタル化による「越境取引」の普遍化への対応
 - ・現行の準拠法ルールの見直しの必要性（準拠法の消費者法化）
 - ・日本の消費者向けに事業を行う事業者に対する行政法規による規制の必要性
 - ・プラットフォーム提供者等の事業者に紛争処理の仕組みを義務化することの必要性

（3）様々な規律手法の役割分担と関係性の検討

- ① 社会全体として効率的に機能する規律のコーディネーション
 - ・法律と技術の組み合わせ
 - ・ハードローとソフトローの組み合わせ
 - ・民事ルール・行政規制・刑事罰の役割分担と競合
 - ・公私共働（自主規制、共同規制、消費者団体訴訟制度 等）
 - ・業法と消費者法、消費者法間の役割分担
- ② 「消費者契約法」の可能性
 - ・消費者契約法の位置づけの再検討（三層構造の二層目からの脱却、脆弱な消費者のための取引法）
 - ・抽象度・予見可能性・柔軟な効果の関係
 - ・対象場面や規定のバリエーション拡充
 - ・行政規制導入の可能性
 - ・（優良事業者にとっての）事前対話型の仕組み、グレーゾーン解消の仕組み
 - ・準拠法規定、地理的適用範囲規定の整備

（4）被害・損失をリカバリーする仕組みの検討

- ① 柔軟な被害救済を図るための選択肢の拡充の必要性
 - ・契約・取引に起因する消費者の被害・損失への対応（消費者契約における損害賠償規定、解除権や契約履行過程の規定等を新設する必要性 等）
 - ・消費者契約法以外の事後的対策の多様化の必要性
 - ・A D Rの活用
 - ・契約・取引に帰し難い消費者の被害・損失への対応（AI が不可避的にもたらす被害への対応 等）
- ② 被害・損失のリカバリーの周辺に位置付けられる仕組み

4 消費者法の作り方

(1) 着眼点

- ・法律だけで適切な対応が可能という考え方は限界との認識に基づく様々なレギュレーションのコーディネート
- ・予見可能性と規律密度の関係（禁止・処分・刑罰における規定の類型化、損害賠償・確約制度における規定の抽象化）
- ・消費者保護が消費者の自由・自律性の否定に繋がらないための配慮