

現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた
消費者契約法検討会

第2回 議事録

消費者庁消費者制度課

第2回 現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会

1. 日 時：令和8年1月26日（月）9:00～12:07

2. 場 所：中央合同庁舎第4号館 共用第2特別会議室 併用 オンライン会議

3. 議 題

- ・ワーキンググループでの議論状況について
- ・意見交換

4. 出席者

（委員）

山本隆司座長、大屋雄裕委員、垣内秀介委員、片山銘人委員、加毛明委員、カライスコス アントニオス委員、北島周作委員、後藤元委員、佐藤沙織委員、坪田郁子委員、土井和雄委員、二之宮義人委員、平井俊圭委員、山下純司座長代理（事務局）

日下部次長、飯田総括審議官、黒木審議官、古川消費者制度課長、遠藤取引対策課長、島袋企画官、伊吹政策企画専門官、梅澤政策企画専門官、松原課長補佐

○古川消費者制度課長 それでは、定刻になりましたので始めさせていただきます。

皆様、お忙しいところお集まりいただきましてどうもありがとうございます。

ただいまから、第2回「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」を開催いたします。

本日は、山本座長、山下座長代理、大屋委員、片山委員、カライスコス委員、後藤委員、佐藤委員、坪田委員、土井委員、二之宮委員、平井委員には会議室にて、垣内委員、加毛委員、北島委員にはオンラインにて御出席いただいております。

また、垣内委員におかれましては、11時半頃に御退席ということで御連絡をいただいております。

なお、西内委員におかれましては、本日は所用により御欠席ということで御連絡をいただいております。

それでは、以降の議事進行は山本座長にお願いしたいと思います。

座長、よろしくお願いたします。

○山本座長 それでは、本日の議事に入りたいと思います。

昨年11月の第1回検討会にて本検討会の下にワーキンググループを設置し、本検討会の検討事項について、ワーキンググループにて御議論をいただいたところです。

本日は、これまでのワーキンググループでの議論状況について御報告をいただきたいと思っております。

それでは、ワーキンググループ座長の山下先生からお願いいたします。

○事務局 少々機材トラブルがありますので、今しばらくお待ちいただければと思います。

○山本座長 今、トラブルで進められないのですけれども、本日の進め方について申し上げますと、本日、参考資料1から5までございます。これを1つずつ、5項目に分けて御意見をいただきます。特にワーキンググループの構成員でない委員の方から御発言をいただいて、ワーキンググループのほうでどのような議論が行われたかということについて御説明をいただく形で主に進めていきたいと思っておりますので、よろしくお願いたします。

○事務局 トラブルのほうが消したようですので、進行をお願いいたします。

○山本座長 それでは、ワーキンググループ座長の山下先生から、ワーキンググループでの議論状況について報告をいただきます。

○山下座長代理 山下でございます。

ワーキンググループでは主に5つの点につきまして議論がありました。詳しくは事務局のほうから説明していただきますが、私から簡単に概要を説明します。

1点目ですが、消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律について議論をいたしました。まず、事業者による消費者の脆弱性への配慮を促す仕組みとして、事業者の配慮義務のような規定を設ける方向性については特段の異論はなく、配慮の内容、要件、効果をさらに具体化していく必要があるとの意見がございました。

また、脆弱性による影響を踏まえた契約の拘束力から消費者を解放する仕組みについて

は、契約の解除、無効損害賠償の特則という取消権以外の手法を導入することはあり得る一方、従来の消費者契約法の規律とは異なる特殊な法制度となり得ることとの関係や、消費者の属性をどこまで持ち込むことができるか等の課題を踏まえ引き続きの検討が必要と考えられるということになりました。

2番目ですが、消費者契約の各過程に関する必要な規律についての議論をいたしました。継続的な契約については、消費者契約法において一般的な規律を設ける必要があるのはどのような場面であり、それに対してどのような規律の在り方が考えられるのかについて議論を行ったところ、場面の捉え方と規律の在り方双方の点で非常に多岐にわたる論点があり、今後特にどの場面を規律対象とすべきか、また、それに対してどのような規律手法を用意するか、引き続きの検討が必要と考えられました。

また、消費者の情報、時間、アテンションを提供する取引については、様々な問題や課題があり得る中で、取引に係る消費者問題として何が捉えられるのか、それに対してどのような対応が考えられ、その中で、消費者契約法で対応できることとして何があるのかといった点について、消費者契約法の射程範囲を含めて議論しており、引き続きの検討が必要と考えられるということになりました。

3番目の論点ですが、解約料の実態を踏まえた実効的な仕組みについての議論でございます。解約料については、現行法の平均的な損害の額を基準としたルールについて、従来からその概念としての分かりにくさや、消費者側がその額を把握することの困難性等が指摘されてきました。

経済学、経営学的観点からは、解約料が様々な目的のために設定されるようになってきているという分析がなされており、そのような観点も踏まえながら、より実効的な規律の在り方について議論をいたしました。そのような解約料の目的を法的にいかにつまえるべきかといったことを含めて、引き続きの検討が必要と考えられます。

4番目ですが、ハードローの下でソフトローを活用することにより、民間主体の専門性、現場力を生かし、予見可能性を確保しつつ、柔軟な内容や適用、紛争の解決を可能とする仕組みについて議論をいたしました。

ソフトローを活用すること自体に特段の異論はなく、法律上の規定内容を具体化するために活用する方向で、どのような仕組みとしていくか引き続き検討が必要と考えられます。

ソフトローの例として、行政が定めるもの、官民協議会において定めるもの、事業者が定め行政が認定するものが指摘されたとともに、事業者側、消費者側を含む様々な関係者が意見を出し合い、練り上げていくことの重要性、行政が関与することの重要性等についても指摘がなされました。

5番目は横断的な検討事項です。詳細は事務局から説明していただきますが、いわゆるグレーリストの問題、消費者団体訴訟制度の発展可能性、実効性確保手段、消費者概念や定義規定の在り方、目的規定の在り方の5つの横断的事項について様々な観点から議論が行われ、引き続きの検討が必要と考えられました。

詳細につきましては、資料に基づいて事務局から説明をお願いしたいと思います。
私からは以上です。

○島袋企画官 事務局でございます。

前方のスクリーンもしくはお手元の資料を御覧ください。

まず、目次のほうを御覧いただければと思いますが、太字で強調しております見出しの部分ですけれども、第1回の検討会で委員の皆様にご確認いただきました1. から5. までの検討事項に沿った構成となっております。「1. 消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律」から「5. 横断的な検討事項」までの各項目につきまして、昨年12月から開始された計4回のワーキンググループにおいて議論がされまして、そのうちの主な御意見ということで資料にまとめてございます。時間の関係で全ての御意見について御紹介はできませんので、代表的な御意見を中心に御紹介させていただきたいと思っております。

1. でございますけれども、資料3ページになります。多様な脆弱性への対応として必要な規律でございます。

まず、消費者の脆弱性の配慮を促進する仕組みといたしまして、1つ目の○にございますように、消費者の脆弱性に関しては、ある程度のグラデーションがあるとしても、そういったものを前提として配慮義務を考えるということで問題がないのではないかと。

また、2つ目の○ですけれども、自らの価値観に基づく自分自身の選択であると納得できるような選択・判断については明確にするべきではないかと。

3つ目の○でございますが、事業者において、積極的に消費者の状況を調査した上で配慮しなければいけないのかといった点が問題となり得るのではないかとといった御意見などがございました。

続きまして、4ページでございますが、配慮義務の内容に関しまして、1つ目の○でございますけれども、「配慮」とは何かについて、何を意図して配慮義務を置くのかを明らかにしておくことが検討事項として重要。

2つ目の○、まず配慮義務の中身を詰めることが重要ではないかと。

4つ目の○、要件の明確化を図る必要があるのではないかとといった御意見がございました。

5ページ目でございます。

配慮義務の効果についてですけれども、1つ目の○の部分、事業者が誠実に行動するためのインセンティブを与えることを目的とするような行政規制も考えられるのではないかと。

2つ目の○、優良な事業者の振る舞いに関して規範が形成されることによって、そこから逸脱の度合いを基準として悪質性を評価できるようになるのではないかなどの御意見がございました。

6ページでございます。

配慮義務を果たすための仕組みといたしまして、1つ目の○ですけれども、能力確認を配慮義務の前段階として想定をしておくこと。

2つ目の○、配慮義務を果たしたことを示すための一定の手続を求めることも考えられる。

3つ目の○、事業者の自主的な取組に対して、行政から何らかの関与があると望ましい。

次のページ、7ページですけれども、2つ目の○と3つ目の○に関連するのですけれども、一定の事案類型について、不法行為に関する特別な規律を設ける可能性を検討できるのではないかといった御意見がございました。

資料の下のほうですけれども、その他といたしまして、契約の更新や変更についても、契約の締結と同じように重視をしていく必要があるのではないかといった御意見もございました。

次に8ページでございます。

契約の拘束力から消費者を解放する仕組みに関する部分でございます。特に問題性が強い場合に関して、保護の対象につきまして、1つ目の○ですけれども、今回の検討は消費者の脆弱性等の消費者側の事情に着目するもので、従来消費者契約法の規律から大きく一歩踏み出すものといえるのではないかと。

2つ目の○、一定の類型的脆弱性というものが、一種のレッテルとして社会的なステイグマを与えてしまうおそれがあることへの配慮も必要。

3つ目の○、類型的脆弱性を有する消費者があらかじめ誰かを指定しておくということがどれくらい現実的なのか等を具体的に議論すべきであるといった御意見がございました。

9ページでございます。

規律の対象となる行為について、1つ目の○ですけれども、事業者が、取引相手である消費者がいかなる脆弱性を有するか分からない中で、契約の拘束力の否定という大きな不利益を課すことを正当化できるのか。

2つ目の○、悪質な手法とセットになっているケース、3つ目の○、消費者にとって修復不能で深刻な結果をもたらす内容で、かつ消費者側に危険性を上回るような利益が合理的に期待できない場合であれば、悪質性を推定できるのではないかと。

4つ目の○、悪質性を推定するのは、その限界を定めるのが難しく、込み入ったものよりはシンプルなところに着目すべきではないかといった御意見がございました。

10ページでございます。

規律手段について、例えば解除や無効といった手段があり得るのではないかといった事務局資料の記載に対して、1つ目の○ですけれども、あらかじめ指定した者への連絡や同人を同席させるという規律があれば、配慮義務の実質化ができるのではないかと。

2つ目の○、最終的に契約の効力の全部ないし一部を否定する結果をもたらすのであれば、基準の要件の明確化が課題となることから、解除・無効がどの場合に適用されるのかを検討する必要があるのではないかと。

次の11ページですけれども、1つ目の○の部分、大半の財産が失われるなど生活が危殆化するような契約は、誰かを同席させていたから有効という話にはならないはずであり、

そういった契約自体の禁止や無効、営業停止にまで踏み込むことも検討すべきではないかといった御意見がございました。

12ページでございます。

契約の効力を否定するには至らないけれどもなお問題性が存在する場合でございますけれども、1つ目の○、不法行為法の損害賠償額の推定規定を設けることで、少し弱めの救済手段を与えるという手法も考えられるが、損害額の推定規定を代金相当額とすると、契約の効力を否定するのと変わらないことになる。

2つ目の○、算定のやり方次第では、取消しのような規律よりも明確性に欠けるおそれがある。

3つ目の○、消費者側が仮に物を返さなくてもよいとすると、消費者側が一定の物を手に入れるために損害賠償請求権を濫用するおそれが想定されるので、事業者側の理解が得られにくいのではないかといた御意見がございました。

続きまして、13ページからですけれども、消費者に依拠する者の生活の維持を困難にすることを回避する仕組みの関係でございます。

まず対象の範囲につきまして、1つ目の○ですけれども、扶養されている未成年者の生活に影響が出るというパターンのほか、現在は自立をしている高齢者が生活が破綻するレベルの契約をしてしまった結果として、現役世代の扶養に依存せざるを得なくなるパターンを考えたほうがよいのではないかと。

次の14ページですけれども、冒頭の○ですが、本人がおかしな買物をしたとしても、それ自体は自己決定であり、その人の面倒を見なくてはいけなくなるからという理由で、どこまで何かしらの対応を取ることが正当化できるかは非常に難しい問題であるといった御意見もございました。

次は仕組みにつきまして、1つ目の○ですけれども、取引当事者以外の人の利益も考慮する方法のほか、取消権、解除権の主張権者を拡大する手法が考えられ、本人の解除権の代理行使という構成と、解除の資格を特定の者に与えるという構成と、どの構成を取るのか。また、いずれの構成を取るとしても、それによって影響を受ける本人を含めた関係者の利害をいかに調整するのが重要ではないかといった御意見。

2つ目の○ですが、規律を設けるとして、配慮義務を規定し、その違反が不法行為責任の成立につながり得るものと考えて、法目的の実現を図ることになるのではないかと。

3つ目の○、事業者が取引相手方である消費者に生計を依存している人の利益まで配慮することは難しいことから、必要性、取引相手方の負担、取引への悪影響についても考慮する必要があるのではないかと。

4つ目の○、契約の締結に関して事前に関与する仕組みを設けることも考えられるといった御意見がございました。

こちらまでが1. の脆弱性に配慮する仕組みの部分でございます。

2. の契約の各過程に関する必要な規律でございます。

15ページからでございます。

まず継続的な契約の部分ですけれども、ワーキンググループでは幾つかの場合に分けて議論を行っております。

1つ目が消費者のニーズの変化による場合でございます。全般ですが、1つ目の○、単に消費者側の事情でニーズが変化したにすぎないケースは当然に問題視されるべきではないのではないか。

2つ目の○、解約方法や時期の情報提供は積極的に行われるべき。

3つ目の○、情報提示の義務違反の効果が重要といった御意見がございました。

16ページですけれども、規律の方法について、1つ目の○ですけれども、事業者に通じ義務を課すことを検討すること。

また、17ページですけれども、1つ目の○として、行政上の措置といっても様々な性格があり、どれを導入するかを考える際には、そうした措置が何を目的としていて、何を達成するかを考えた上で、導入する措置を考えていくべきではないかという御意見がございました。

18ページでございます。

イの解約が困難ないし妨げられている場合でございます。

1つ目の○、事業者が解約をしにくくする、あるいは事実上不可能にするようなアーキテクチャーを利用してくるケースを念頭に置いて対策を練る必要があるのではないか。

3つ目、契約した手段と同様の手段での解約手続を義務づけるべき。

5つ目、解除の意思表示を消費者がどのように行うのか、解除の意思表示をしたことをどうやって証明するのかといったことも問題となり得るという意見がございました。

19ページですけれども、1つ目の○、解約・解除手続の説明義務の強化に関する御意見。

2つ目の○、解除の意思を伝えた際に、どのように民事上、行政上の効果を認めるべきか検討するべきとの御意見がございました。

20ページからウの部分ですけれども、消費者の死亡で相続人等による解約が困難となる場合についてございまして、1つ目の○、事業者において消費者が死亡した場合における権利義務の承継や解消については、一定の取決めや仕組みを用意することが重要ではないか。

2つ目の○、努力義務等を消費者契約法に設けることは重要な意義があるといった御意見。

21ページですけれども、2つ目の○、相続人が何を解約すればよいのか分からないパターンと、そもそも分かっているのだけれども解約に応じてもらえないパターンが想定されるけれども、各々検討する必要があるのではないかといった御意見がございました。

22ページ、消費者が知らない、気づかないうちに解約をされる場合についてですけれども、1つ目の○、どういった不利益が生じるかということ整理して具体的に議論をした

ほうが、議論がスムーズになるのではないか。

2つ目の○、生じる不利益が非常に大きい場合には、通知等の一定の手続を義務づけることも考えられるといった御意見がございました。

その下の部分です。履行が1回だけけれども、締結から履行まで時間的な間隔がある場合については、それだけで保護の必要性を認める必要がないのではないかという御意見がございました。

23ページについては割愛をさせていただきます。

24ページでございますが、情報、時間、アテンションを提供する取引についてでございます。

まず消費者取引としてどういった問題と課題があるのかという部分でございますが、消費者がアテンションを提供するような取引においては、消費者の自律的な意思決定・選択が阻害・侵害されていることが問題となるのではないか。事業者がアテンション等を提供されることにより何かしら利益を得ている点を捉えて、有償性のある契約とすべきではないか等々の御意見がございました。

一方、5つ目の○の部分ですけれども、アテンションの提供をあまり広く契約として捉えてしまうと、議論の射程が拡散し過ぎてしまうのではないかという御意見がございました。

25ページについては、消費者問題として捉えられる場合に考えられる対応という部分ですけれども、自律的な意思決定・選択の確保について支援などを受けること、消費者教育が必要ではないかということ、事業者側に説明義務や配慮義務を課す必要があるのではないかといった御意見がございました。

26ページにつきましては、次に消費者契約法での対応としてどういったものが考えられるのかという部分ですけれども、こちらについては消費者が必ずしも望まない取引をさせられるところが消費者契約上の問題という点に集中して扱えばよいのではないかといった御意見、4つ目の○ですけれども、事業者にいかなる情報提供義務を課すかについて、消費者契約法で検討すべきである一方、事業者がどのように活用するかは個人情報保護法や各種業法上の問題であるとの御意見もございました。

続きまして、27ページでございますが、3. の解約料の関係でございます。

まず、解約料の目的の捉え方について、27ページの1つ目の○の部分ですけれども、最初のアプローチとしてある程度外形的に判断可能な価格差別目的を切り出すことを考えればよいのではないか。

2つ目の○、損失補填の損失が何を意味するのかを明らかにして議論をする必要がある。

5つ目の○、実態として事業者が解約料をどう考えているかも参考にしつつ、法的な形で切り分けて議論を深めていくのがよいのではないかといった御意見がございました。

28ページは立証負担の問題ですけれども、目的の正当性を重視するとか、ある程度解約料について一定の外形的、定型化した要件を定める必要があるけれども、こういったこと

を消費者側の立証事項に含めるかどうかというのは、消費者側の立証負担を増やすものであり、慎重に考える必要があるといった御意見がございました。

28ページの下は情報提供の観点でございまして、情報提供の観点からは目的をあえて区別して議論する必要はない、事業者側に何らかの説明・証明責任を課す、開示を促したりする仕組みがあってもよいのではないかとといった御意見がございました。

29ページ目ですけれども、規律の方法として、例えば2つ目の○ですけれども、事業者の損害賠償請求を原則として原状回復賠償にとどめ、それを超える部分については、その根拠を事業者側が説明しなければならないという規定を置き、また、併せてソフトローの活用もしていくことも考えられるのではないかと。

4つ目の○、ソフトロー的なものを用いる場合には、消費者団体などが参画する仕組みが望ましいのではないかとといった御意見がございました。

続きまして、4. のソフトローの活用のご関係でございます。30ページからでございますけれども、まずソフトローの活用の可能性といたしまして、ソフトローはハードローの補完を中心に検討すべきではないかということが1つ目の○の部分でございます。

また、31ページですけれども、2つ目の○ですが、ソフトローの使い方によっては、事業者から健全な市場をつくることに参画するインセンティブになるようなものがつくれるかもしれないけれども、そういったものに全く興味のない事業者には、もう少しハードな規制が必要になるかもしれず、様々なものを組み合わせていく必要があるのではないかとというような御意見がございました。

31ページについては、具体的な対象として、現在の努力義務ですとか、配慮義務、こういったものについて具体化していくことが重要ではないかというような御意見でございました。

32ページ、下位規範となるソフトローに関して、1つ目の○にあるように、行政が何かしら関与する形でないと実効性の確保がしにくいですとか、2つ目の○にありますように、消費者団体、事業者団体など様々な主体の関与が重要ではないかといった御意見がございました。

33ページ、具体化する仕組みとしては、1つ目の○にありますように、様々な主体が意見を出し合って、意見の多様性や対立を牽制し合うことによって意見を練り上げていくことの重要性ですとか、行政が中立的なアンパイアとしての役割を果たすことが重要、事業者・消費者に納得してもらって健全な市場をつくっていくという観点が重要ではないかといった御意見がございました。

5. として、34ページから5つほど項目がありますけれども、1つ目としてまず行為規範・契約内容規範に正当化のための要素を組み合わせる仕組み、いわゆるグレーリストの問題ですけれども、グレーリストの正当化の意義については、1つ目の○、消費者の権利義務に直結してくるような形の正当化ということであれば、かなり慎重に議論をする必要があるのではないかとといった御意見ですとか、35ページですけれども、1つ目の○、事業

者側に予見可能性を与える意味でも重要ではないか。

2つ目の○、消費者契約法10条に対する解釈上の負荷を軽減することにもなるのではないか。

3つ目の○、導入する場合の基準の明確化、正当化の仕組みとセットで議論をすべきであるといった御意見がございました。

36ページでございますが、消費者団体訴訟制度（差止請求）の発展可能性でございます。

こちらについては、2つ目の○でございますように、差止請求権の拡充に関しては、さらに差止めの対象となる範囲を拡張することや、官民協議会への団体の参加をデフォルトにすることなどの御意見ですとか、4つ目の○にありますように、拡充に向けた検討は重要である一方、個々の消費者の利益の尊重も重要であり、慎重に議論を進めるべきではないかといった御意見がございました。

37ページは「消費者」概念・定義規定の在り方でございますけれども、代表的な御意見として、1つ目の○、2つ目の○でございますけれども、消費者の定義規定については目的規定との関係で考えていくべきではないかといった御意見がございました。

38ページ、消費者契約の定義につきましては、主にアテンション等を含められるかという議論になりましたので、先ほどアテンションの説明もさせていただいたため、こちらについては時間の関係で割愛をさせていただきたいと思っております。

39ページから実効性を確保するための仕組みでございますけれども、39ページの1つ目の○の部分ですが、確約手続のように、事業者が自主的に改善・修復を実施することによって、行政による規制を免れる手段を用意しておくべきではないか。

4つ目の○、過料等の行政介入により規律するのがよいのではないか。

また、40ページですけれども、1つ目の○、行政上の措置、刑事上の措置は、定めても実際には使いにくい手法であることを念頭に規制のミックスを考えていくべきではないか。

2つ目の○、行政機関のみで実施する場合には、非常にコストがかかり、全ての事業者を監督していくことは不可能であるため、消費者団体等々の協力・協働も含めて具体的な制度を考えていく必要があるのではないかといった御意見でございます。

最後になりますけれども、法目的の在り方、41ページからでございます。

1つ目の○、現在の情報環境において、単に消費者の自己決定に任せるのみでは自己の利益を十分に実現し得るような十全な判断が行えないといった状況も踏まえることが必要といったことを記載することですとか、3つ目の○にありますように、人間は誰しも脆弱性を抱えているということを前提にすること。

4つ目の○、消費者契約はいろいろな状況があり得るし、弱い立場に立たされることもあるという人間観、主体観を前提としたルールであることを法目的に落とし込むことになるのではないか。

また、42ページですけれども、3つ目の○の部分、目的規定に脆弱性及び様々な関係主体がそれぞれの役割を果たし連携することで、消費者が安心・安全に取引に関わることが

できる環境を実現することを加えることが本ワーキンググループの提案として考えられるのではないかとといった御意見がございました。

以上、事務局からの説明となります。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、これ以降は質疑応答、意見交換に入りますけれども、初めに資料の3ページから14ページに記載があります「消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律」についてという部分、14ページまでの部分ですけれども、ここについて御質問、御意見をいただきたいと思います。

ワーキンググループの構成員ではない検討会委員の皆様からまず御発言をいただきたいと思いますけれども、いかがでしょうか。

二之宮委員、お願いします。

○二之宮委員 二之宮です。御説明ありがとうございます。

日弁連では、昨年12月に解約料に関する意見書、また、今年1月15日にパラダイムシフトの報告書に関する意見書を発出させていただきました。

本日は2巡目のワーキンググループに向けた検討会ということですので、中身の詳細はまた今後、検討会が本格的に稼働してから、折に触れて御説明、御紹介させていただきたいと思います。

ただいま御説明がありました1. のことに関しましては、まずそもそも論として1点、配慮義務について1点、契約の解放手段について1点、意見を述べさせていただきたいと思います。

資料3ページの4つ目の○に、パラダイムシフト専門調査会の報告書は消費者契約法のみを検討対象とするものではなく、消費者法制度の目的を実現するという発想に基づいて検討を行うものであるという意見が記載されています。4回のワーキンググループを傍聴させていただきまして、この位置づけについて、検討会でも共有しておく必要があるのではないかと考えました。要は、パラダイムシフト専門調査会の報告書を前提にして消費者契約法の検討をしているわけですけれども、消費者法制度全体の中で、消費者契約法が担う役割というものをどう考えるのかということについて、まだ何も議論がされていないのではないかと考えました。そのためワーキンググループの中ではどこまでを議論するのかということが先程の意見の中に入ってきているのだと思います。

夏頃に予定されておりますデジタル取引・特商法検討会との合同検討会ということを考えましても、消費者契約法は何を担うのか、中心的に議論するのはどこなのか、特別法との線引き、役割分担はどの辺りで考えるのかということに関しては、今ここで固める必要はないと思いますけれども、この検討会の場ではある程度共有化した上で、また議論が進んでいった上で、消費者契約法は最終的にどこを担うのか、何が役割なのかを詰めていく必要があるのではないかと考えて聞いておりました。

ここまでのワーキンググループの議論状況を見ていて私がまず思いますのは、消費者契

約法というものの特徴は全ての消費者契約に適用されるということであり、ここが他の法律とは全く違うところですから、全ての消費者契約に適用される消費者契約法が担うのは、基本的な消費者契約を通じて適用される一般的な取引ルール、それと健全な市場を整備するためのルール、これらのベースラインを引いた上で、特別分野については特別法によって手当てしていくというところが基本的な役割なのだろうと思います。

取引ルールに関しては、もちろん民事ルールが主体になるのでしょうけれども、例えば現在でも適格消費者団体が差止請求を行っているのは、民事効だけではなく、健全な市場に向けたルールづくりという側面を担っておりますので、そう考えるとベースラインになる消費者契約法はシンプルな形にした上で、民事、行政、刑事のルールを整備していくというところが役割になってくるのではないかと思ってワーキンググループの議論を聞いておりました。

もう一つ、脆弱性の配慮義務のところについてですが、資料の4ページの1つ目の○に何を意図して配慮義務を置くのかを明らかにしておくことが検討事項として重要ではないかという意見が記載されています。ここに関して、私も配慮義務をどういう方向性で考えるのかと思ってワーキンググループの議論を聞いておりました。いろいろ御意見が出ておりましたけれども、方向性として大きくは2つ考えられるのではないかと思います。一つは、配慮義務の内容をある程度抽象的なものにして、具体的規定の言わば発生根拠とすること。これはパラダイムシフト報告書でいうところのプリンシプルの源泉になる根拠規定になるのだと思います。この場合は、法的効果の結びつけはどうしても弱くなるというところは否めないのかと思います。

もう一つは、ある程度具体的な規定にした上で、不法行為の違法性の評価根拠になるとか、あるいは個別規定の中での受皿規定、それを小さな受皿規定だとすると、さらに大きな受皿規定というような位置づけになるというものです。

この2つは二者択一の関係ではなく、両方併存させるというつくり方もあるのだろうと思います。

最後に、契約の拘束力から解放する仕組みということに関して、資料の11ページの2つ目の○として、脆弱性の問題とは別に誤認を生じさせるような勧誘、困惑を生じさせるような勧誘は全て取消し可能とする方向も考えられるのではないかという意見が記載されております。

この点に関しまして、第1回ワーキンググループの資料の6ページに、取消権の枠組みの壁といいますか困難なところが記載されておまして、そこには取消権では適切に規律を及ぼすことが困難であることの原因として、取消権の規律対象として、事業者の行為により消費者の意思表示に瑕疵が生じたという点、もう一つは事業者の行為の不当性、3つ目に消費者の意思表示の瑕疵の程度を考慮して、意思表示の効力を否定するに相応するほど高い場合に限定されるということが記載されております。

ここの取消権の規律対象の限界、これまでの消費者契約法の改正で求められて、また、

平成30年改正時の国会の附帯決議でも求められている、いわゆるつけ込み型不当勧誘取消権の実現の壁の一つだったのではないかと私は考えております。言わばつけ込み型不当勧誘取消権は、消費者と事業者との格差を理由にしたうえで、合わせて一本のような形で意思表示理論により取消権を結びつけようとしていたところに、壁、課題があったのではないかと思います。そうすると、やはり全て誤認、困惑の取消しに結びつけてということが、ここの壁をどうやったら乗り越えられるのかというところにまたぶつかるのではないかと思います。

つけ込み型不当勧誘取消権の創設の必要性、背景事情、どういう問題があってそれを立法化しようとしていたのかという状況は全く変わっておりませんので、消費者が納得できる自律的意思決定が阻害された中で、契約から解放する必要性というものについては、離脱、解除という方向性を充実させていくということが乗り越えるための方法なのだろうと思います。

解除、契約からの離脱ということに関しては、程度問題によっては損害賠償規定によって代替することも可能だとは思いますが、例えば既払い金の返還ということに関しては損害賠償で代替できるでしょうけれども、未払い金の拒否だとか、あるいは例えば不動産を売却したときに、その物を取り返すということに関しては損害賠償で代替できない、やはり離脱の効果としてしか結びつけが難しいという問題もありますから、必ずしも損害賠償一辺倒ではなくて、離脱の方法をどう充実させていくのかということを検討していく必要があると思います。

その要件とかその後の効果をどう考えるのかということにもかかわりますけれども、クーリングオフ的な解除と一般的な法定解除とをどう検討していくのかということが必要ではないかと思って聞いておりました。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

少し意見を伺った上で、ワーキンググループのほうで補足等があったら伺うということにしたいと思いますが、ほかにいかがでしょうか。

どうぞ。

○佐藤委員 佐藤です。御説明いただきありがとうございます。

幾つか意見を述べさせていただきたいと思います。

まず、消費者の脆弱性についてですけれども、典型的・属性的脆弱性につきましては、年齢、教育水準、経済状況、障害、生活状況におきまして様々なものがあり、法的に配慮すべき脆弱性についてもきちんと線引きすることが可能であるのかというところの検討が必要であると考えております。第1回ワーキンググループの資料の4ページに、状況的脆弱性についても言及されていると思いますけれども、事業者のあずかり知らない理由で消費者が焦っているということもありますし、また、消費者側が脆弱性を装うというリスクもないわけではないということかと思っております。ですので、配慮すべき対象であったり内

容を明確にされなければ、事業者側の法的リスクが著しく増大したり、対応コストが著しく増大するというような、事業活動に大きな支障が生じる懸念があるのではないかと考えております。

例えばウェブサービスなど、非対面・非接触で数千万人が利用するようなプラットフォームにおきまして、消費者について特定の類型に属することが仮に判断できたとしても、デジタルリテラシーにつきましても消費者ごとに差異が生じます。また、同一の消費者であったとしても、消費者活動における情報の理解度というのは、業界や領域などの消費活動を行う先によっても差異が生じると思いますので、消費者の脆弱性の程度に合わせた支援の設計には限界があるというところもあろうかと思っております。包括的な規律のみでは、本当にその消費者が困っている、また、困る可能性のある事案を抑止するための実効性に欠けるおそれもありますので、リスクを考慮する手法によって、具体的な事案や特定の条件を明確化した上で議論する必要があるのではと思っております。

また、資料の13～14ページの取引当事者である消費者に依拠する者の取消権や解除権の主張権者の拡大についてですけれども、現役世代の家族などに高齢者や障害者などの契約取消権を付与する仕組みなどが考えられるのかもしれないのですが、5点ほど懸念があると思っております。

1点目ですけれども、法的安定性と自己決定の原則の観点になります。この仕組みについては、取引の相手方の法的地位、販売者の法的地位を不安定にするおそれもございますし、主権者の範囲を拡大するに当たっての取引相手の影響とか社会的コストについても御検討いただいて、慎重に検討いただきたいと思っております。

2点目ですけれども、実務上の確認の困難性と手段の不存在という観点になります。契約時に氏名や住所を確認するということは可能ですけれども、客観的に証明、確認するための公的な手段やデータベースは現時点では存在しないものと思っておりますので、現場の実務において関係性を確認することについては、個人情報保護やプライバシーの観点からの検討も必要になって、相当の課題があるのではないかと考えております。

3点目ですけれども、既存の法制度の整合性の観点です。民法におきましては、成年後見・保佐・補助、任意後見制度が既に存在しているかと思っておりますけれども、既存の制度の中で本人の保護が図られている中で、あえて消費者契約法において解除権を拡大する必要があるのかというところの妥当性を十分に御検討いただきたいです。

4点目ですけれども、悪用のリスクや社会的な副作用、例えば取引を回避するとか萎縮的効果の懸念になります。契約は本来、当事者間の合意に基づくものですので、権限のない第三者が効力を消滅させるということは例外的な扱いになると思っておりますけれども、その中で相当な限定や適切な手続設計は必要であろうと思っております。また、悪意ある第三者によるなりすまし解除であったり、過度な申立てであったり、手続の濫用が生じるおそれもありますので、正常な取引が阻害される懸念もあるのではと思っております。

さらに、事業者が将来的な取消しリスクであったり確認コストの増大を避けようとして、

高齢者や障害者との取引をあらかじめ制限したり回避するような行動につながるリスクも考えられるのではと思っております。

5点目ですけれども、エイジズムの配慮というところで、一定の判断能力が残存している消費者の意思を、周囲の人間が無能力と評価して契約を覆すというところから、周囲による過度な介入を認める制度設計をするのであれば、慎重に検討する必要があるかと思っております。

配慮義務に関しましては、何を遵守すべきかというところにつきまして、事業者であったり事業者団体を含む民間主体が十分に関与、議論した上で、何らかのガイドラインであったり、具体的に実効性のある形で一定の線引きをする必要があると思えますし、その際には消費者にとって修復不能で深刻な結果をもたらすような内容の契約については、消費者側でも契約締結に関して慎重な注意を払うようなことができるような教育であったりを検討いただきたいというところになります。

また、先ほど二之宮委員のご発言にありましたけれども、消費者契約法について、資料の5ページ、31ページでも、インセンティブについての記載があったかと思えます。消費者契約法において健全な事業者を育成、促進する仕組みが必要なのではと思っております。例えば景品表示法の公正取引規約のように、行政が認定した自主基準に従う限り基本的には違法にならない仕組みであったりとか、あとはEUの自主的なコンプライアンス体制の整備を推奨して、認証企業には監督当局からの監査の頻度を軽減するというメリットがあるというような仕組みを参考に、何らかのインセンティブを与えるような手法を検討いただきたいと考えております。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

お願いします。

○平井委員 詳しい御説明をありがとうございました。

私自身、相談をずっと受けてまいりまして、古い相談履歴、記録を事務局のほうに具体例としてお渡しをさせていただいておりますので、また御活用いただければと思います。そうした中で、脆弱性の具体例と法規制の必要性について御紹介したいと思います。

単なる知識不足ではなくて、状況的、属性的な脆弱性が悪用されたという例が幾つかあります。3点御紹介したいと思います。

1つは、点検商法、リフォーム被害と不意打ちに対しての配慮不足です。80歳代の女性で、近所を回っているという事業者が屋根の点検を申し出て、早く直さないと大変なことになると不安をあおって高額な修理契約を締結させたと。これは判断の前提となる環境をゆがめられた状態の典型例です。不意打ちだとか不安のあおりに対して、事業者が消費者の平穏な判断を確保する配慮義務の法制化が必要ではないかと思えます。

2点目ですが、送りつけ、強引な買取りの拒絶が難しいという事例です。注文していな

い健康食品が届いて、断り切れずに代金を支払った。また、別のケースでは、不用品の回収を装って、本人が大切にしてきた貴金属を安値で強引に買い取られたという事例です。断る力が低下しているという属性的な脆弱性につけ込む行為ですと、本人が望まない契約あるいは合理性のない契約について、拘束力からの解放を柔軟に認める必要があるのではないのでしょうか。

3点目です。サブスクリプション、定期購入の出口戦略についてです。お試しのつもりが実際は高額な定期購入が条件になっていた。解約しようにも電話が全くつながらなくて、次の請求書が届いたという事例です。今、議論されている解約の容易化の必要性が証明されていると思います。入り口よりも出口を難しくするダークパターンへの直接的な規制が必要ではないかと思われれます。

私からは以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかはいかがでしょうか。

どうぞ。

○坪田委員 坪田です。御説明ありがとうございました。

まず、今、平井委員に御紹介いただいたような事例というのは、消費生活センターにほぼ毎日入ってきている事例でございます。こういったものを受けまして、脆弱性について、限定合理性や状況的な脆弱性に、ある程度のグラデーションが存在するとしても、それを前提として配慮を考えることが必要であるという意見に賛成でございます。

今回の消費者契約法の検討につきましては、やはりこの脆弱性と配慮義務ということのを抜きにしては、これまでの改正から一步踏み出たものが出ないのではないかと痛感しております。

一方で、状況を調査した上で配慮することについては、金融庁が監督する金融商品の販売などとは異なる一般的な商品販売の場合は、教育や経済状況について調査する側、される側、両方に、作業量もさることながら、感情的に負担になるとも思われれます。こういった場合もありますので、消費者契約法の範囲が非常に広いということの一つ念頭に入れて検討する必要があるかと思っております。

配慮とは何か明らかにする必要があるという御指摘はもっともなのですが、消契法は取締法規ではなく、安全・安心な消費者取引のために取引当事者双方が知っておく規範、ルールともいえると思っております。

消費者契約法が使われる場面としては、司法の場は当然ですが、特商法と並んで消費生活相談の場でも使われる法律です。特商法は対象の取引類型が決まっていますので、特商法の対象とならない取引類型においては、特に消費者契約法は大変重要な法律となっております。相談員は、事業者との解約、解決のための話合いに消費者契約法を根拠としていくことが多くあります。

このような中、やはりつけ込み型と言われるようなトラブルが発生しているという現状

を見て、何とかしなくてはならないと実感をしております。消費者庁では、「知っていますか？消費者契約法」というカラーのイラスト入りの分かりやすいリーフレットを作成して、ホットライン188を案内しています。このように消費者にとって日常の様々なお買物に関する法律であって、事業者にとっても対象が消費者であるビジネスでは不可欠であり、消費生活センターでも解決の根拠となっている法律です。

このような消費者契約法の役割を踏まえた議論が必要になることから、御意見のほうで出ておりました実効的な救済やエンフォースメントを図る上で、消費生活相談の現場も含めて、現実を使う人の時間や労力などを考慮した上で、要件の明確化を図る必要があるという意見に賛成でございます。

それから、消費者契約法は話合いのテーブルについてもらえないと使えません。テーブルにつかない極悪層については、刑事法なり行政法規により対処することとし、極悪とはいえないが紛争となる取引における、解決のための道具としての機能が十分に発揮できるようになればよいと考えております。

「配慮」という言葉は抽象的な表現ですが、事業者の情報提供義務があり、事業者は情報を提供したと主張する場合がありますが、情報提供義務は対象となる消費者に分かるような情報の提供の仕方が求められておりますので、こういった面でも配慮義務という言葉が非常に重要になると考えております。

センターに寄せられる相談には、説明は事業者の方はされているのだけれども、その消費者にとって理解できていない、できない説明により、トラブルが発生しております。本当に分からないときは、ここが分かりませんという質問をすることすらできないのが現実ではないかと思っております。

配慮義務を果たすための仕組みですけれども、事業者が消費者の脆弱性に配慮したかを示す方法としての一定の手続、文書作成等は、消費者取引の幅は広いですので、取引で扱う商品・サービスによっては現実的には難しいものではないかと思っております。

ソフトローの活用においても、行政が絡むという点は賛成であり、また、自主的な取組に対して行政からの関与が望ましいとしていますが、そのとおりで考えております。

逆に、行政の関与がない場合、いわゆるアウトサイダーのような事業者によるトラブルが発生しております。これまでも業界団体さんがいろいろ御努力されているのですが、なかなかトラブルが収まらないというのは、こういったケースから発生をしていると考えております。

消費者契約の範囲はありとあらゆる商品・サービスが対象となりますので、行政の行き届かない分野もあると思われ、実効性という点では非常に懸念されます。この点、ベストミックスが必要なのであろうと思っております。

この場合ですが、下位規範に委任という意見も出ており、府令で定める方法もとあります。府令は下位規範であっても上位規範を限定することになってしまうと、民事ルールとしての柔軟性を失うことを危惧しております。これまでの改正では、現実のトラブルの

解決のためには、要件が限定されていて消契法が活用できない場面が多くありました。これを何とかすることが、まず一つ大きな課題だと認識しております。

保護の対象なのですけれども、消費者の脆弱性に着目すると、いわゆる弱みにつけ込まれた、不安でいることにつけ込まれて契約をしてしまった被害の救済につながるので、これにつきましては非常に期待をしています。明らかに事業者の問題があった場合と異なり、消費者が、単なる営業トークのレベルを超え、外見上は脅し、脅迫とまではいかないけれども、その消費者にとっては不安に陥らされている、脅されている気持ちになり、断るという判断ができなくなってしまう、断る行動ができなくなってしまうといった被害が大変多く発生しています。これらの被害からの救済または抑止につなげることのほうが、レッテル、スティグマを心配するよりも優先されるべき事項であると考えています。ただし、あらかじめ指定、登録というようなものは、脆弱性は多様であることから、現実ではなかなか難しいのではないかと考えています。

配慮義務違反に加えて、公序良俗違反に相当するような無効を導くことができると考えています。悪質な消費者紛争においては、公序良俗違反と裁判で判示されている事件がありますが、消費生活センターでは、交渉におきまして、公序良俗違反ということはハードルが高過ぎて使えません。やはり消費者契約法を根拠に交渉することになります。この点からも、民法上の詐欺に対する消費者契約法における不実告知のように、配慮義務違反のかなり極端な状況として、公序良俗違反とまではいえないレベルに対する救済手段が必要ではないかと考えております。

また、例示とのことですが、大半の財産が失われるなど生活が危殆化という例は、かなり極端な例です。これは非常に深刻なのですけれども、消費者契約法がここまで深刻でないと使えないかというのも一つ懸念を感じているところです。

配慮義務を規定した上で、その違反が不法行為責任の成立につながり得るものとするによって、法目的の実現を図ることになるのではないかとすることに賛成しております。

以上です。

○山本座長

ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

土井委員、お願いします。

○土井委員 御説明ありがとうございます。

皆さんの意見を聞いていて、いろいろ考えるところはあるのですが、まず、脆弱性に配慮していくといったことについては異論ないのですが、どこまで配慮をすればいいのかというところは当然事業者側には気になってくるところです。前回は申し上げたのですが、消費者契約法は基本的に全ての消費者向け取引の規範ということを考えると、事業者にも消費者にも、やっていいこと、やってはいけないことということがはっきりしているとい

った大原則が必要なのかなと思います。

ただ、一方で、脆弱性に一つずつ配慮をしていくと、当然ながらいろいろな契約に影響してくるということがございます。そうすると、脆弱性に配慮しつつ、取消権など強力な消費者の救済策を設けるといった方向で検討するのであれば、当然ながら対象となる契約あるいは事業者側の行為をある程度限定していかないと、経済活動が相当停滞するのかなと思っております。

先ほど佐藤委員のほうからお話があったように、対面でないであるとか、対面であったとしても十分な時間がないといった取引の中で脆弱性を認識していくというのは非常に困難であり、例えば単なる物品の取引であるとか、そういったものを除外して規制を考えていくといった方向であると議論がある程度進むかと思えます。我々の立場からすると、どうしても単に接客をして、単に会計をただけの取引が、そのとき判断に迷ったんだと言われて取消しになるということになってしまうと、まともに商売ができなくなるということもありますので、強い拘束、規制、配慮を求めていけばいくほど、まず対象となるものというのは限定して考えていったほうがルールがつくりやすいかなと思っています。

全ての契約を対象に検討する限り、前回の消契法の検討の際に、総じて入り口の部分はある程度みんな賛成できるけれども、具体的規制の内容に入っていくと賛成できないといったようなことがまた起こってしまうかなと思いますので、実効性を求めていくという観点であれば、ある程度契約を限定してといったような方向で検討していくことが求められるのではないのかなと思っています。

もう一つの観点では、現行の消契法では当然ながら事業者にいろいろな平易に説明する努力義務化がありますけれども、一方で消費者のほうにも契約内容等を理解をすることという努力義務があるわけです。そうなってくると、仮に脆弱性に考慮した規定を努力義務から義務に格上げしていくといったことであれば、消費者のほうにはどのようなことが求められるのかと。例えば交付した約款を一切読んでいなかった、全く理解していなかったといった方には、逆にそういった権利が与えられないとか、そういったことにもつながることにはなるのかなと思いますので、そういった観点からも、どこまで配慮して、どのようなものを対象にしていくのかということとは、かなり慎重に考えていかなければいけないと思っております。

また、資料の13ページにある、取引当事者である消費者に依拠する者の生活の維持を困難にすることを回避する仕組みということで、これについては前回の消契法改正時の検討会でも相当議論をしたということですがけれども、結局誰がその役割を担うのかということ、それから、今の成年後見等を含めたサポートする制度との整合性といったところで、なかなかルールづくりまで行かなかったというところがあります。

ただ、世の中の実態上では、自らそういった契約とかについて連絡をする対象者を契約者が設けるといったような取組を行っている事例、特に保険業界などではそういった取組もされていますので、この契約に関して意見を言える権利を持っているということまでは、

なかなか法律上難しいのかなと思っていますが、事業者のサービスを活用して自主的に消費者の方にも動いていただくとか、そういったことも含めて議論する必要があるのかなと。事業者の義務的な対応として全てを規定して、そういったことを防止していくというのはなかなか難しく、消費者の側の対応、例えばお亡くなりになったときに解約の事例でも、一切そのような契約をしているかどうか分からない、IDもパスワードも分からないといった状態にしておかない。あるいは、自分のされているいろいろな契約とかそういった行為についても、御家族とかに知らせていただくとか、そういったようなことも含めてやった上で、どうなのかといったことも考えなければいけないのかなと思っています。

私からは以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかはよろしいですか。

それでは、片山委員、お願いします。

○片山委員 ありがとうございます。

私からは、事業者による消費者の多様な脆弱性への配慮を促進する仕組みについて意見させていただければと思います。

今後、消費者の脆弱性を踏まえて、配慮義務となる規律を設けることとされておりますが、現場の労働者が混乱しないように、どういう脆弱性に対してどこまで配慮が必要なのかというのは明確にしておく必要があるのではないかと考えております。今後の検討に向けて、配慮義務の範囲など、具体的な事例を踏まえながら現場の労働者がきちんとイメージしやすいものにしていく必要があると考えておりますので、そういった観点から御検討いただければと考えていますので、よろしくをお願いします。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

よろしいでしょうか。

それでは、ワーキンググループのほうで、今いただいた御意見の全てに対応する形でコメントすることは難しいかと思えますけれども、何かありましたら山下座長代理からまずお話をいただいて、どなたかワーキンググループの委員で特に御意見があったという点があれば、さらにワーキンググループの委員の方に振っていただければと思います。

○山下座長代理 ありがとうございます。

様々な意見をいただきましたので全てにはお答えできませんが、私のほうで少し感じたことをお話ししたいと思います。

まずは脆弱性について配慮をするという一般的な方向性については賛成していただけるという方が多かったかと思えますので、その点はありがとうございます。

その上で、具体的に配慮の在り方というものについて考えるというところが大変難しいということについても、恐らく委員の皆様は共通の認識があるのではないかと考えます。その上で、しかし何とかしていくという問題ではないかと考えております。

脆弱性について、ワーキンググループのほうで議論をしたところでは、ソフトローの活用ということをかなり議論させていただいたと考えております。ソフトローといいましても様々なレベルがあるというようなお話は事務局のほうでもさせていただきましたが、もちろん行政の関与する形で強力な介入をするということもソフトローの一つではございますが、それとともに事業者側でまさに実際に勧誘に関わるような従業員の方々へのガイドライン的なものをつくっていただいて、それを守るよというよなことをしていただくということも非常に重要なソフトローの一つではないかと考えておまして、そこに例えば消費者団体の意見を反映させるとか、そういった仕組みをつくるという形で、事業者側にとっても、自分たちだけでつくったわけではないといえるし、消費者側としても、事業者側のサービスの向上に協力するよというよな形で、両方が協働しながらよい勧誘対応といったものをつくっていく。

そういう意味で、健全な市場をつくるよというお話もございましたが、そちらに向かう、そういう協力をしてくれる事業者にとっては、消費者契約法は決して邪魔になるものではなくて、そういうことに背を向けるよな事業者には厳しい対応を取ると。これが一番重要なことではないかというのがワーキンググループ全体の意見ではなかったかと思っております。

ですので、全てについてお答えすることにはならないのですが、大きな方向性としてはそのよなものをワーキンググループでは考えているよいうことを御理解いただければと思います。

私からは取りあえず以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ワーキングの委員の方で、特に今出た御意見に対して何かコメント等があればお願いしたいと思っておりますが、いかがでしょうか。

どうぞ。

○カライスコス委員 ありがとうございます。

時間との関係で短めにお話ができればと思います。1点目は、脆弱性という話をすると結構広いものについて議論しているよいう印象を受けるのかもしれませんが、ワーキンググループでは自律的な意思決定よいうところがかなり重視されていたのではないかよいうことです。つまり、脆弱性を有する者に対して、その選択を実質化する、そこにかかなり焦点が当てられていたよいう印象を受けているよいうのが1点目です。

2点目は、どうしても脆弱性の話が出ると勧誘段階、つまり契約締結前の段階にフォーカスしがちなのですが、ワーキンググループでは契約締結前、契約締結時、そして締結後の配慮もあり得るよいうよな方向性で議論がされていたよいう印象を受けているよいうことです。

3点目は、配慮義務違反とつけ込み行為があった場合とを区別する必要性です。つまり、単純に事業者が配慮義務違反をしたよいう場合と、そうではなくて積極的に消費者の脆弱

性につけ込んだ場合というのは、ワーキンググループの中でもそれなりに区別して議論されていたという印象を受けております。

ここを区別しないと、悪質性の高いようなつけ込み行為にも、一般的な配慮義務の欠如のような弱いサンクションとかエンフォースメントを適用することにとどまってしまうので、注意が必要かと思えます。

私のほうからは以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

よろしいでしょうか。だんだん時間のことが不安になってきましたけれども、第1のテーマについて恐らく一番いろいろな御意見があるだろうと思っておりましたので、ありがとうございました。

特に脆弱性、あるいは配慮義務の内容について、どのように現場で判断するかという点について、さらに議論をしていただければと思います。今、山下座長代理からは、手法としてソフトローの活用というお話もございましたので、さらに検討いただければと思います。それから、効果の点で二之宮委員から解除、損害賠償、その内容といった話もございましたので、効果との関係についてもさらに詰めていただければと思います。取引当事者以外の者が関与するという部分に関しましても、さらに具体的にどのような仕組み、これは法令上ということも考えられるかと思えますし、それから、法令の適用上、運用上どのようなことが考えられるかということもあるかと思えますけれども、ここについてもさらに検討いただければと思います。

それでは、次に第2番目のテーマ、資料の15ページから26ページ、「消費者契約の各過程に関する必要な規律」について御意見をいただければと思いますが、いかがでしょうか。まずワーキンググループ以外の方からお願いしたいと思えます。

二之宮委員、お願いします。

○二之宮委員 二之宮です。

まず継続的契約からの離脱に関してなのですが、現代社会では、ワーキンググループでも検討されていきましたように、サブスクのような継続的な契約が一つの契約類型になっております。契約の締結過程、勧誘時の問題ではなく、そこには問題がなかったとしても、継続的な契約の場合に、現行法では解約、離脱の手段がないという問題があります。我々は実務では、契約の性質によって、役務の場合であれば、委任、準委任として民法の委任の解約規定を使って解約に結びつけることをやっています。しかし、売買の場合には、民法に解約についてのデフォルトルールがないので、なかなか解約というのが難しい。

デジタル取引においては、役務なのか売買なのかがよく分からない契約も多く、例えば何かの講習を受けるといったときに、映像でその講習を受けるというだけではなく、講習を受けるためのIDとパスワードを購入するとなると、これは役務の提供なのか売買なのか、それが混在しているのかとなってくるとよくわからない場合もあります。民法のルールを準用してというのも難しい。そういった継続的な契約というものについて、単なるニーズ

の変化ではなくて環境が変化する、長期間の契約期間中には消費者側の環境が変化するというのを、契約時にそれだけ長期のものを消費者が合理的に判断した上で本当に契約しているのかというところはなかなか難しい。自分の仕事上のことだけではなくて、家庭だとか健康上の問題だとかいろいろ考えて、それだけ長期間の拘束を受ける契約を果たして合理的にできるのかというところは、消費者の限定合理性との関係の問題もいろいろ出てくるのだと思います。

そうすると、継続的な契約に関しては、消費者契約法で一般的なルールとして、クーリングオフとか、自由解約権とか、あるいはその併存とかをまずルールとしてつくった上で、その後の処理、どうやって清算するのか、また別の問題として検討することだと思います。清算に関しては、いろいろな裁判例の中で具体例が、例えば鉄道とかの定期券を1年契約の途中で解約した場合どう清算するのかとか、あるいは英会話学校の中途解約したときに受講ポイントをどう清算するのかとか、その辺の参考事例は幾つかあると思いますから、それらを参考にして精算方法を検討するというのも一つの方法だと思います。

継続的契約ではなくて、1回の履行だけでも契約時から履行まで長期間間隔があるという場合については、継続的契約の場合とは違って、資料を拝見する限り、22ページでは意見が1つしか記載されておらず、あまり議論されていなかったのかなという印象を受けるのですが、先ほど言ったような生活環境などが変化するというのを踏まえて、長期間後に履行されるといったものについても、果たして消費者が合理的な判断ができるのか。恐らくここは勧誘時の問題とも絡んでくることが多いのだと思いますが、現行法では勧誘時の問題として処理し切れないというところの裏表の関係だと思います。結婚式場のトラブルなんかはまさにその典型例だと思いますので、そこもやはり一定程度、中途解約というものをルールとして設けた上で、清算をどうするのかというほうの問題で考えられるのではないかと思います。

それから、時間、情報、アテンションのことに关しましては、消費者契約法上明確に除外されているわけではないとワーキングの意見にもありましたけれども、明確に除外されているわけではないけれども、現代社会においては、対象となることを逆に明確にすることが必要なのだと思います。

24ページの2つ目の○などに、自律的意思決定・選択が阻害・侵害されるということについて言及されておりますけれども、アテンションが契約の勧誘行為や広告の前段階、その前段階に収奪されているということも考えられますので、契約締結過程の一環として配慮義務の対象とするということが必要なのではないかと思います。

収奪後の取扱い、同意の射程などの消費者の意思、コントロールが全く及ばないところでターゲティングの対象とされているということに対しても、配慮の一環として一般的な規律、何かルールを設ける必要があるのではないかと思います。

あと、ワーキングでは検討されていないのですけれども、ここでは契約の全過程というので、勧誘から契約から履行からという時間軸で捉えているのですが、消費者契約法は全取

引を対象とした一般法だと考えると、時間軸だけではなくて横方向、同時並行的に併存する契約、関連する契約についての取扱いをどうするのかということも射程に入れる必要があるのではないかと思います。

脆弱性というものを目的、配慮を入れて消費者契約法を根本的につくり変えるといったときに、一気にあれもこれもというのはなかなか難しいと思うので、この段階でするかどうかは別として、今後を念頭に置くと、並存する契約関係、一番分かりやすい例でいうと抗弁権の接続ですけれども、決済の手段が本当に多様化しておりますので、割販法だけでは処理できないといったときに、契約そのものと支払いの関係が分かれているのをどうするのか、あるいはスマートフォンの契約のように電気通信事業法が適用される通信に関する契約とスマホ本体の売買契約は切り離して考えられる問題ではないというように切り離せずに併存する契約は多数ありますから、ゆくゆくはそういったところ、それは消費者契約法でどこまでルールを置くのか、特別法でどこを処理するのかと、やはり線引き、役割をどう考えるのかの検討が必要になってくるとは思いますので、検討の射程の中に入れておく必要があるのではないかと思います。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょう。

どうぞ。

○佐藤委員 佐藤です。

まず、消費者契約の各過程に関する必要な規律についてですけれども、16ページの「消費者側のニーズの変化により新たな消費者のニーズにかなわなくなる場合、自動更新の場合、商品・役務の内容、取引条件の変化により消費者のニーズにかなわなくなる場合」についてですけれども、事業者側から消費者側のニーズを把握するという事は非常に困難です。具体的にどのような場面が該当して一般的に類型できるのか、場面について規律を設ける必要があるのかという検討をしていただきたいと思っております。

実態として、年次プラン、月次プラン、提供期間に応じて代金設定される商品・サービスもありますし、借地借家法の定期借地権のように一定期間解除できないことを前提につくられているという制度もございますので、消費者のニーズの変化によって、後から契約から離脱する仕組みではなくて、ニーズが変わる可能性を重視する消費者が選べるような、契約前の段階で事業者が商品内容を分かりやすく表示するというような規律も考えられるのではないかと思います。

また、18ページに解約の意思確認について記載がございますけれども、解約ボタンの配置であったりとか具体的なUI設計を一律の義務で縛ってしまうと、デバイスの進化であったりとか、今、進化しているイノベーションを阻害するおそれもあるのではないかと懸念しております。まずは解約・解除手続の説明義務の強化であったり、望ましい例の公表などにとどめた上で、例えば同じ手段での解約受付の義務化のような一律の義務化というの

は、過度な規制とならないように慎重に御検討いただきたいと思っております。

また、18ページから19ページの解約妨害についてですけれども、特商法の対象類型について、解約妨害は既に一定程度規制されていると思っておりますけれども、ワーキング資料の事例でも、特商法の対象になっているものも多いのではとも思いますので、特商法との関係についても御検討いただければと思います。

20ページの消費者の死亡で相続人などによる解約が困難になる場合についてですが、契約者が有していた現金などの積極財産が事業者側に残る場合の例といたしまして、例えば支払決済サービスの残高や現金相当のポイントなどが考えられるかと思っております。ただ、一定期間の利用がないことをもって相続事案と推定することが、サービス提供事業者としては少し難しいというところがございます。

また、契約者の相続人から引継ぎの依頼を受けた場合であっても、相続人であるかの確認が実務上困難な局面が多いです。多くの場合、相続人において残高自体を確認する必要があるということ踏まえすと、遺産分割協議書の作成前に依頼を受けることも想定されますので、相続人同士の合意に基づく依頼であるかというところを判断することも事業者としては難しいところがございます。

その他相続に関して事業者からのアクションを必要といたしますと、事業者が親族間の紛争に巻き込まれるという懸念もございまして、事業者側に実質的に相続人を探索する負担を強いることにもつながりませんので、過度な負担となることを懸念しております。事業者側の措置としては、解約手続の方法をあらかじめウェブサイトなどで分かりやすく周知するというところも考えられるのかと思っております。

これらを踏まえまして、仮に事業者側において相続時に関わる対応を求める規律を設ける場合は、当該対応によって発生する相続人とのトラブルについては、一定の免責を認めるような制度設計の検討をいただきたいと考えております。

なお、第2回のワーキンググループ資料の13ページで、一定期間利用がない場合に自動で解約されるというものが取り上げられておりますけれども、契約者が死亡した場合はそのほうが相続にとって望ましいということも考えられるかもしれないと思っております。

継続的取引についてですけれども、何らかの努力義務を課すとしても実効性について課題が残る可能性があるかと思っております。事業者団体、消費者団体、消費者庁が協働して、例えば消費者庁から法令に適合した望ましい規約のひな形などを提供するなどして、事業者に対して任意での活用を促すことで市場の健全化に資するということもあるのではと思っておりますし、簡便な離脱ではなくて、解約料との関係で検討するというところも考えられるのではないかと思います。

最後に、アテンション・エコノミーに関する法規制の導入に当たって、その定義が不明瞭であることによる萎縮的効果が生じないように、事業者の予見可能性の確保と実務的な経過措置、教育体制の整備などを十分に踏まえて、慎重かつ段階的な制度設計をいただきたいと思っております。

企業から挙げられた主な懸念事項について3点申し上げたいと思います。

1点目ですけれども、アテンションの提供の射程が不明確な点です。例えば対面店舗での商品の閲覧、街頭看板の視認、無料の地上波テレビの視聴といった従来の広告、広報活動までが契約として保護や規律の対象になるのかというところは慎重な検討をいただきたいと思います。仮にデジタル取引においてのみアテンションの提供を契約と捉える考え方を導入する場合には、既存のオフラインの経済活動との整合性に課題が生じて、デジタル経済の発展に不測の影響を与える可能性がございます。ですので、本議論の前提となる具体的な取引を特定いただいた上で、どのような侵害されている具体的な権利や利益が存在するのかを明確化していただいて、侵害事実が不明確なまま概念のみを先行させて規律を設けることがないように、御検討を進めていただきたいと思いますと思っております。

2点目ですけれども、事業者が提供しているポイントサービスについてです。消費者が無償で利用できるサービスが多いのですけれども、運営コストは事業者側が負担しております。サービスの利用に当たって、消費者には登録に必要な情報を一定程度提供いただいているのですけれども、消費者問題が発生していない範囲まで広く規律を設けることは慎重であるべきではないかと考えております。

各社においては、消費者の利便性の向上や競争戦略上の観点から企業間連携を図っておりまして、例えば提携先について消費者個々に許諾を取って理解を得ることはなかなか現実的ではないところもございます。また、提携先が増えることによって消費者がデメリットを受ける事態も直ちには想定しにくいですので、企業間連携について、事業者の判断に委ねることも望ましいのではないかと考えております。

3点目ですけれども、インターネット取引やデジタルプラットフォームにおけるダークパターンの取扱いですが、例えばカウントダウン表示、残り〇日とか残り〇件というのはオフラインでも従来から行われている一般的な手法でして、消費者にとって有益な情報となる場合もあるかと思っておりますので、これらを一律にダークパターンとして取り扱うのではなくて、悪質性が高いものを明確化して検討していただきたいと思いますと考えております。

また、ほかの今、検討が進められている特商法、景表法、その他既存の消費者保護法制において規制が可能と考えられる類型もあると思っておりますので、そういったところとの法的規制の対象の区別というところも御検討いただければと考えております。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

どうぞお願いします。

○平井委員 悪徳商法の相談リストについてです。これを事務局へお渡ししておりますが、233件ございます。平成12年から平成20年までの相談に係る分として私どもでまとめたものです。この中で金額がわかるものでは総額1億7000万円の相談に乗らせていただいています。そのうち本人からが123件と当然多いのですが、家族・親族が30件、福祉専門職、へ

ルパーとかケアマネジャーが28件、地域住民が20件というふうに、家族・親族以外で契約で困っていることを把握しました。

1点目は、本人以外に第三者がその契約に何らかの形で関与することは有効です。ワーキングの中でも議論がなされていましたが、特におひとり暮らしの高齢者が孤立していて、その被害が目立つことから、契約現場に何らかの形で介入できるような制度化が必要と考えました。

高額契約については、日常生活自立支援事業の中で、生活支援員という一定のプロフェッショナルがおうちにお邪魔して、契約等の支援を行う仕組みがあります。あるいは、ケアマネジャーや日常生活自立支援事業等の生活支援員をはじめとする福祉専門職などの同席や確認を事業者が消費者の自律的な意思決定を保障するための配慮義務を果たすための標準的な手段にしてはどうでしょうか。

2点目ですが、善意の支援者を守る免責ルールをつくる必要があります。同席すると、当然トラブルに巻き込まれてしまうおそれもありますから、萎縮することなく積極的に現場で助言できるような環境にしていく必要があります。そのためには、責任範囲の明確化が必要です。同席した支援員などが、本人の意思決定を助けるプロセスに従事した場合、例えば、標準チェックリストに基づく確認手続を履行した場合には、重大な過失がない限り、支援員が契約結果に対する損害賠償責任を負わないような免責規定の明文化は必要だと思います。

3点目、悪徳事業者の地域ネットワークでの限定共有です。相談リストを紹介して、ケアマネジャーやヘルパー等に配布してありました。訪問したときに悪徳事業者に気づいて相談に入っていくことができました。悪意を早期に検知して、被害の連鎖を断ち切るということを地域レベルでやっていく必要があると思います。消費生活相談員が把握するPIO-NETのような情報を一方的に開示するだけでなく、現場の支援員による不審な業者の検知報告を即座に行政執行等に繋げる地域双方向ネットワークを構築することが有効ではないかと考えます。これによって、現場での不審な事業者の検知と行政執行の迅速化が期待できるのではないかと思います。

4点目ですが、被害者救済を容認するための立証負担の軽減と推認規定です。脆弱な消費者が不当な状況で契約したと認められた場合には、事業者が適切な配慮を行ったことを立証しない限り、契約を取り消しやすくするような仕組みを検討いただければと思います。脆弱性に配慮した市場の実現のためには、福祉現場の目と消費者行政の力を法的に統合することが不可欠ではないかと思います。この相談リストが示すような断り切れない、解約できないという悲痛な叫びを、法改正によってぜひ実現をしていただければと思います。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

坪田委員、お願いします。

○坪田委員 御説明ありがとうございました。

アテンション・エコノミーについてですけれども、議論を伺っておりますと、対価性の部分であるとか、何が損害になるのであるかと、難しい点はあるかと思いますが、消費者はこれからますます自分の情報に対しては関心が高まっていくと考えております。「これまでの消費者契約法の議論で、金銭を対価として暗黙の前提としてきた部分は改める必要があるが」の次ですけれども、「対価としてアテンション等も含むということを前提とするならば、消費者が必ずしも望まない取引をさせられるところが消費者契約法上の問題点だと考えられる」と書いてあります。単に街頭の何か広告を見るところでのアテンションではなく、消費者契約法が射程とするのは、消費者契約法に基づいて考えなければならぬ取引上の紛争が発生したとき、発生しやすいとき、発生しないようにするためにはというところで、これが効果を発揮するところではないかと考えております。

それから、高齢者等の今、平井委員のおっしゃった部分ですけれども、確かにそのとおりであって、成年後見制度が改正される中で、やはり本人の意思尊重という中で、いろいろな面での本人の意思尊重は必要であるとした上で、だがしかし消費者契約が複雑化する中では、消費者契約法、消費者法制度の中でそれを手当てすべきだという議論も出ているわけで、まずそれが、消費者契約法がこれからやるべきことだと考えております。

その上で、例えば高齢者の方に関して、障害をお持ちの方に関しては、消費者教育というものには限界があります。それから、見守りということは非常に重要でして、今、消費者安全法の中でもこの充実・強化が進められようとしているところですが、それとの関連にもなると思うのですが、やはり見守りをしたとしても限界はあります。孤独・孤立の方はどんどん増えますし、全ての人が善良な見守りの方に支えられているというわけではありませんので、見守りの充実・強化が図られるようなことも必要ですが、それはさておき、やはり消費者法制度として消費者契約法がどこまで立ち入ることが可能かということは考える必要があるのではないかと考えております。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

土井委員、お願いします。

○土井委員 ありがとうございます。

まず継続的取引に関する点についてでございますが、皆さんある程度念頭に置いているというのが、なかなか解約のしにくいような、どちらかというところがあるのかなとお話を聞きながら思いましたが、継続的取引自体は相当いろいろなパターンがあって、まさしく私が入っている保険なんかはそうなのですが、早い時期に解約をすると非常に解約料がかかるというか、逆に言うともらいが少なくなるといったようなサービスで、それこそ30年以上の契約になっているようなものとかもあられるのですが、そういうような形である意味長期に契約するといったことによって、何らかのインセンテ

イブが消費者のほうにもつくといったようなものがあると思います。

一方で、消費者のほうの利便だけを捉えて、利便というか解約しやすさだけに着目すると、事業者の提供するベネフィットの部分というのはあまり顧みらずに、ちょっとバランス的にも悪くなるのではないかなということなので、解約をしやすくするといったルールをつくるのであれば、例えば、契約期間を長くすることによって、消費者の得られたインセンティブであるとか、そういったことも考慮して考えるべきかなと思います。

これは次の解約料の議論のところでも関係をするということだと思いますので、それぞれ分けてということではなくてトータルで契約期間であったり、それプラス解約料の設定であるとかいったところも議論したほうがより分かりやすくなるのかなと思っております。

また、一般論として、消費者の利便を考えて、解約をしやすくするといったことについては異論はございませんが、何が分かりやすいのかといった点は個人にも差がありますので、なかなか統一的に決めるというのは難しいと思います。例えば、若い方であればよく分かるようなUIでも、高齢者の方はなかなか見つけられないとか、そういったこともありますので、どこにそういった基準を置くのかといったところで、ある程度いい事例であるとかそういったところで、こういうのが理想的ですねといったところを示すということはあると思いますが、なかなか一律にしていくというのは難しいのかなと思っております。

私は、デジタル取引と特商法の検討会の委員もやっているのですが、特商法の改正で最終確認画面を設けたといった結果、相当事業者側としてはコストをかけてやっているのですけれども、なかなかそれ関連の消費者被害は減少していないという御意見もありました。一律にやったところで、当然悪質な事業者はすり抜けているいろいろなことを考えていくといったことも考えて、事業者のコスト、それから手間、あと消費者被害の防止といったところをバランスよくやっていくことが重要かなと思っております。

最後に、契約者が亡くなった場合の対応でございます。私自身、個人としても相続をやったので、正直難しさというのは十分理解をしておりますが、一つ問題なのが、対象物が金銭ということであればある程度明確なのですが、例えば情報をお預かりしている場合、それがサービスを解約するとどうしても、事業者側はもう契約がないものに関して保持していくというのはコストがかかりますので、そういったものは削除してしまうと。ただ、相続者によって、申し込んでこられた方については何の思い入れもないものであっても、ほかの相続者にとって非常に思い入れがあるもの。例えば個人がブログで日記とかをつけられていたとか、あるいはクラウドサービスに写真とかを残されていたと。そういったものが消えてしまったことについて、相続者の中で紛争が起こると。それに事業者が巻き込まれるといったことは十分に考えられますので、経験者として、利便性の向上というのは非常にありがたい部分もあるのですが、一方で、相続人同士の紛争を招くといったリスクもあるのかなということで、ある程度慎重に考えていく必要があるかなと思っております。

私からは以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

どうぞ。

○片山委員 私からは、サブスクについて意見申し上げさせていただきたいと思います。

先ほど平井委員から事例の紹介もありましたし、参考資料2の15ページにもいろいろ解約がしづらかったという事例が記載されておりますので、参考資料2の11ページにありますような、事業者が、消費者の解除権行使に関する必要な情報提供を行うことや、簡便な離脱方法を提供することは検討が必要ではないかと思っておりますので、どうぞよろしくお願い致します。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

よろしいでしょうか。

それでは、山下座長代理からお願いします。

○山下座長代理 御意見ありがとうございました。

まず継続的契約のお話ですが、今、最後に片山委員からお話があったように、サブスク等については簡便な離脱の可能性を提供する。そのためには丁寧な情報の提供などが必要だということについては、ワーキンググループなどでも意見が出ております。この問題は配慮義務との関係が非常に大きくて、一律にこういうふうな解約の仕方をしなさいとしてみまると、恐らく事業者の側にとってはそれに対応し切れないという場合もあるかと思っておりますので、それぞれの事業者の業態に応じた形で、解約について消費者にどのように配慮するかということを考えていただくと。その際には、先ほども申し上げたように、消費者団体等の意見なども参考にさせていただくというような仕組みができれば非常にスムーズに進むのではないかと考えております。

もう一つは、二之宮委員からございましたが、役務か売買かという、消費者サービスの中には委任契約だったらいつでも解除できるけれども、売買だと解除ができないとすると、このサービスは委任なのか売買なのかというような問題提起をいただきましたが、逆に申しますと、ワーキンググループではそのような民法上の契約の分類ということにあまりこだわらずに、継続的な契約というものについての規律について考えていこうという姿勢で議論をさせていただきまして、その辺について今後ともお知恵をいただければと考えております。

そのほか、解約のしやすさだけに着目しては駄目で、いろいろ長期間の契約をすることによる消費者にとってのインセンティブ等も考慮するべきではないかという土井委員からの御意見も、非常にもっともな御意見だと思います。解約料の問題というのは、この後議論がありますけれども、もちろん解約がしにくい分、料金を安くしているとか、そういう事業者のサービスというものもあるわけで、そのようなものにどのような形で消費者契約法が対応するかということ、それ自体が一つ議論の対象になっております。

全部は言えないのですが、アテンション・エコノミーについて一言言いますと、アテン

ション・エコノミーについては、まさに定義がはっきりしないというところが問題でございます。アテンション・エコノミーの何が問題なのかということも含めて、まだ今後の議論ではないかと思っておりますが、先ほど坪田委員から、望まない取引に誘導されるというところが消費者契約との関係では非常に重要な問題であるというのはまさにおっしゃるとおりで、そういった部分を中心に議論をしていこうということをしてワーキンググループのほうでは考えております。

取りあえず以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

ワーキングの委員の方から特にありますか。

よろしいでしょうか。

加毛委員、お願いします。

○加毛委員 ありがとうございます。

2点申し上げたいことがあります。

第1に、資料20ページの相続の問題についてです。佐藤委員が指摘されたとおり、事業者にとっては、利用者の相続人を確認することの困難さや相続紛争に巻き込まれることへの懸念があるのだと思います。ただ、この問題は、消費者契約法に努力義務に関する規定を設けるから生じるのではなく、既に存在しているものといえます。この点は、土井委員が個人的な御経験としておっしゃられたところにも表れていると思います。

相続が難しい問題を惹起するのは、日本の法制の下で、相続人であることを公的に証明する制度や遺言の存在を公的に明らかにする登録制度などが存在しないこと、さらには、死亡が法人格の消滅を意味するにもかかわらず、積極財産と消極財産を清算する手続が原則としてとられないことに由来します。その意味で、相続に関する制度的な欠陥が問題の根源にあるといえます。

しかし、そのような制度的な欠陥の下で、相続に関する様々な取組みをしている業界も存在します。代表的なものは銀行界であり、相続預金の取扱いに関する実務の蓄積があります。そこでの取組みには、他の業界の事業者について参照可能なものもあるように思われます。

そもそも自然人である顧客に対して、商品・サービスを提供する事業者にとっては、顧客が死亡することは当然予見できるはずで、この点で、事業者が消費者の脆弱性を把握することが困難であるのとは、事情が異なります。それにもかかわらず、顧客が死亡した場合における対応を検討しないというのは、事業者としてあまりにも無責任であると思います。金銭的な価値がある財産が事業者のもとに残る場合には、銀行預金などと同じように、その相続が問題となるのであり、相続人の確定が困難であるとか、相続争いに巻き込まれたくないとかいうような理由に基づいて、事業者が何も対応しないことが許されるわけではありません。

また、実務上より難しい問題を惹起するのが、土井委員が指摘された、死亡した顧客の

情報など、財産権の対象となるか否かが判然としないものの扱いです。近時は、デジタル遺産の取扱いが日本のみならず諸外国でも問題となっていることは広く知られているところ です。

諸外国では、デジタル遺産に関して立法などによる対応をしているところもあります。そのことを前提として、日本においていかなる対応をとるべきであるのかについて、事業者はプロアクティブに検討しておいたほうがよいように思います。深刻な社会的な問題が顕在化した後で、厳しい規制の導入を前提にルールを議論するよりも、そのような問題が生じないような取組みを事業者には期待したいと思う次第です。

第2に、資料24ページのアテンション・エコノミーに関する記述に関係して、佐藤委員がおっしゃった3つの点のうち、2つ目のポイントサービスについても申し上げたいことがあります。いわゆる企業ポイントは、もともとは「おまけ」のようなものとして位置づけられてきました。現在においては、消費者の利便性向上という観点から積極的に評価されるべきサービスであると思えますし、周知のように、企業間連携の進展により、様々な決済に利用できる汎用性の高いポイントも登場しています。その結果、消費者が消費活動をする際に、ポイントを目当てにして、取引相手方や取引プラットフォームを選択するという事態が現に生じているわけです。

そのような現実があるにもかかわらず、ポイントは無償で提供されるものなので利用者の保護の必要性が低いとの理解に基づき、事業者による利用条件の一方的な不利益変更を許容したり、ポイントの利用継続に関する制度的な保障を設けたりしないということで本当によいのだろうかという点は、しっかりと議論すべき課題であろうと思います。資金決済法との関係では、金融庁において、これまでも継続的に議論されてきたところであるわけですし、消費者問題の観点からも、企業ポイントの在り方については議論が必要であると考えられます。

○山本座長 ありがとうございます。

よろしいでしょうか。

第2番目の項目につきましては、非常に論点が多岐にわたっており、いろいろな場面が議論されていますので、さらにある程度焦点を絞って議論を続けていければと思います。

その際に、先ほど来議論があるところですが、特商法、個人情報保護法、あるいは相続法制など、いろいろ消費者契約法を超える問題に関わっている問題もありますので、そういった問題については消費者契約法の中でどのようにどこまで規律できるかという点も意識できればと思います。

それから、先ほどの第1点と同じですが、規律の内容、あるいは効果の面についても、さらに具体的に詰めていければと思います。損害賠償か、情報提供義務かといった効果と内容を結びつけて、さらに議論を進めていければということです。

それでは、3のところに入りますけれども、11時半頃御退席予定の垣内委員から何かあれば、この時点で5まで含めて伺っておきたいと思いますが、いかがでしょうか。よろし

いでしょうか。

○垣内委員 私のほうで、今この時点で特に申し上げようと用意していることはございません。

○山本座長 そうですか。分かりました。

それでは、3の議論に入りたいと思います。27ページから29ページの「『解約料』の実態を踏まえた実効的な仕組み」という部分につきまして、ワーキンググループの構成員以外の方でどなたかありますでしょうか。

どうぞ。

○二之宮委員 二之宮です。

ふだん裁判実務で9条の壁に悩まされている者としましては、第3回のワーキンググループは非常に興味深く傍聴させていただきました。

ワーキンググループの議論でも出ていますけれども、正当な検討対象といえますのは価格差別ぐらいだろうと思います。それ以外の目的が損失の正当化理由になるとは私は当然思えません。

その上で、要は損失の中身の捉え方ではないかということとか、あるいは説明、情報提供という点はトラブル軽減のためには重要だけれども、損失の合理性・有効性とは別だという御意見、この辺ももう賛成、同感でございます。

その上で、損失を原状回復的な損害と履行利益とに分けて考えた上で、消費者にはその価格設定の内容、詳細は不明であるため、事業者側のほうに立証していただくことが必要で、消費者側で立証するというのは事実上不可能を強いるようなものですから、そういう形で検討していただくという方向性については賛成でございます。

それとは別に、今後の検討なのかも分かりませんが、現行の9条というのは、法定解除、約定解除ともに対象としておりますが、それは現行の消費者契約法が無効と取消ししかないので当然そういうつくりになっているのだと思います。消費者契約法に解除規定を設けるのであれば、その清算をどうするのかということが当然絡んで問題になってきますから、それと9条の今の議論はやはり違うのだろうと思います。消費者契約法の中で解除規定を設けるのであれば、その清算をどうするのかと。それとは別の従来どおりの解除についてどう扱うのか、約定解除についてどう扱うのか、ここは今後区別して検討していく必要があるのではないかと考えております。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

お願いします。

○佐藤委員 ありがとうございます。

まず、損失填補以外の目的の規律ですけれども、正当性・不当性の判断というところの基準が曖昧ですと、事業者にとってどこが無効にされるかというところのリスクが高まる

というところもございますので、そちらについて分かりやすい形にさせていただきたいと思
います。

あわせて、解約料が損失填補の目的を有するのか、それ以外の目的を有するのか、
もしくは並存して有するのかというところの識別がなかなか外部から容易ではないという
ところもあろうかと思えます。仮に識別できたとしても、これを切り分けて規律すること
ができるのかというところの検討も必要ではないかと思えます。

これを識別可能とするために、事業者に対して解約料に関わる情報提供の中に目的につ
いての情報提供も含めるということもなくてはならないと思えますけれども、その情報提供す
べき内容が広範になればなるほど事業者にとって負担やコストが増大したり、消費者にと
っても契約手続が複雑になることもありますので、よく検討いただきたいです。

あわせて、平均的な損害のところですが、どのように算定するのかが不明と
いうこともあります。平均的な損害の額を基準に、それを超える部分を無効とするという
ところが少し曖昧であるというところがあるのであれば、例えば何らかの金額的な客観的
な基準を定めるというところもあるのではないかと思えます。例えば基準が明確に定まっ
ていれば、業者はそれを前提とした制度を構築できるというところもありますし、事業者
間に健全な競争を生み出して、消費者にも資する結果となるところもあるかとは思います。

しかしながら、解約料が一律に過度に制限されてしまいますと、事業者側の事前投資で
あったりとかサービスの提供体制の維持が困難となるというところで、結果的に消費者サ
ービスの質であったり選択肢が損なわれるというおそれもございますので、こちらも業種、
サービスの特性であったり、契約期間であったり、事業者の実際の損害であったり、コス
ト構造であったりを十分に考慮した上で、画一的な規制ではなくて柔軟な運用が可能な制
度設計を御検討いただくことができるとよいのではないかと考えております。

仮に解約料について柔軟な考え方を設ける場合には、例えば業種ごとに標準的な算定基
準やモデル条項を策定して、事業者や消費者の双方が参照できるような実務に即したもの
ができるといいかなというところで考えておりますので、御検討いただければと思います。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

坪田委員、お願いします。

○坪田委員 坪田でございます。

解約料なのですが、これは消費生活センターに入る相談で非常に多く、苦勞して
おります。消費生活センターに入る相談というのは、ほとんどが契約から離脱をしたいと
いうことで、このときに解約料が常に問題になっております。

この中で書いてありますように、平均的な損害という概念があまりにもいろいろなこと
を捉えていることによって議論が進まないでいた、これが本当にこれまでの改正でも議論
になり、また、実際のところ、つまびらかに透明性ということで、今度は営業秘密という

ことに関わってきて、これはもう本当にどうしようもない状況で膠着していた問題だと思っております。

業界ごとにも違ってきますし、どういうふうな形にすればいいかと、かなり難しいところもあると思いますが、一方、こういったトラブルが非常に多いということは、ある種一つの決めの問題にはなるかと思っておりますし、この決めが拙速であってはいけないのですけれども、ある基準をつくっていかないと、消費生活センターでのトラブルが全く減らないということは、すなわち消費者のトラブルも減らないということにつながっていると思っております。

価格差別の問題が一番大きなテーマではないかと思っておりますが、その先、検討事項がたくさんあると思っております。業界団体の中でモデルのようなものをつくっていただくと。これを遵守していただくのは非常に理想だと思っておりますが、やはりどの業界でも御自身の一つの規則的なもの、商慣習があつて、この業界ではこの商慣習が当たり前といつても、それがほかの業界ではかなり違うこともあつたりします。消費者はその商慣習それぞれを知らないわけですから、そこのガイドライン的なものをつくる場合には、今、議論にも出ておりますけれども、消費者団体の意見を十分に聞いた上でしていただく方法がよいのではないかと思っております。

解約料につきましては、先ほどの契約のしやすさ、解除のしやすさ、契約のやめやすさというところにも関係してきますが、契約をするとき、当然事業者の方は気持ちよくスムーズに契約をしていただきたいと思っております。契約をしようと思っている人は、まさかその時点で自分がやめることは考えなくて、これはいいサービスだ、商品だということで契約をするわけです。そこに解約をする場合はという説明は、はっきり言って水を差すような話でして、双方にとってはあまりうれしい状況ではないとは思いますが、一たびこれがトラブルの原因となっているのであれば、解約のときにはこういう条件であるということをしつかりと説明しておくということで、消費者も、これは、非常に解約はしにくい契約であるということで注意深くするし、解約する事態が発生しないようにはどうしたらいいかということもおのずと考えることができるのではないかと思っております。

一方、では契約をするときに解約料について説明をしておけばよいかというときに、あまりにもこれが合理的ではない解約料であつて、そのときに消費者は断ればいいではないかということもあるのですが、脆弱な消費者という部分が出てしまうと断れないということで、またトラブルが発生する原因となりますから、説明をすればいいというだけではないのですけれども、説明も必要であり、かつ、合理的な形で解約料をどういうふうに考えるかは今後しっかりと決めていただきたいと思っております。

解約料に関連して、先ほどから問題があつた場合の効果をどうするかということで、さきの1でお話しすべき内容だったかもしれませんが、今までは取消しということでジュウゼロの世界で、これが、なかなか事業者の方も御破算になるようなことはないでしょうと。少しは履行していますよ、少しは消費者の方に享受してもらっていますよとい

うことがあって、納得いかない。ここで非常にもめてしまうわけなのです。結果的に消費生活センターというのは裁判による判示をするわけではございませんので、合意、歩み寄りということです。話し合いのお手伝い、解決の手伝いをしている場所でございます。

そうすると、ジュウゼロではないのであれば、どういう形にしましょうかということで、最後、合意解約ということになります。そうすると、既払い金をどうするかとか、今後幾ら払うかということになりまして、これがまさに損害賠償であるとか、解除の場合の問題につながってくると思っております。

ということは、確かに非常に曖昧な部分、どこで合意するかというところもあるのですが、ジュウゼロのすばったものでは実務上の被害救済が困難になってしまう。事業者の方が取消し、分かりましたとおっしゃっていただければいいのですけれども、実際そうはいかないということを、現状としてお伝えをいたしました。

最後に、解約ビジネスというようなことになってはもう論外ですから、この辺りしっかりと考えていかなければならないと思っております。納得感がいく解約料ということになると思っております。消費者が事業者はこの金額はどののですかという説明を求めて、事業者の方が説明をしてくださったとしても、業界のいろいろなルールというか、業界の考え方があると、消費者はおっしゃっていることが正しいかどうかなかなか分からないです。ということは、繰り返しになりますけれども、ある程度の目安的な基準、それを公正中立な形で決めていただくことが一番よいのではないかと考えております。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、土井委員、お願いします。

○土井委員 ありがとうございます。

なかなか難しい問題なのですが、特にワーキングでも、事業者側のいろいろな事情から分析を多様にいただいたかと思うのですが、やはり消費者側の視点というの必要なのではないかなと思っております。正直、我々は消費者の方がなぜその解約をされたいかということをお聞きしたりはするのですが、確たる理由は実は分からないというところです。実は競合商品のほうがよかったと思って解約をされるといったケースも当然あるでしょうし、なかなかその事情は分からないというところです。

また、今の世の中、消費者の側の解約についても問題があって、例えばレストランなどを予約されて、しかもそれを複数予約されて、当日になってキャンセルをするとか、消費者側が行っている行為によって、我々事業者の方は、例えば事前に幾らか頂く、あるいはクレジットカード情報を登録していただくとか、むしろ善良な消費者の方に負担をかけるような対応を取らざるを得なくなっているという事情も議論をしていただければなと思っております。

解約料全般ということで、消費者契約法にある「平均的な損害額」ですが、これについては前回の検討会でもかなり申し上げたと思うのですが、そもそも法律上、平均的な損害

額を超えるような条項が無効という規定ですので、要は商品やサービスを作って販売する前に事業者はこの解約料は平均的な損害額を超えているかいないか判断しなければいけないわけです。その段階でどのようにして「平均的な損害額」を算出できるのかという点について、ずっと私、個人的には疑問に思っておりまして、なおかつそこに入る要素、どこまでの遺失利益であるとか、そういったものを入れていいのか、計算をしていいのかも全く分からない状態で、正直事業者としては長年の経験とかに基づいて解約料を設定しているわけですが、果たしてどれぐらいの事業者が間違いなく自分の設定している解約料は「平均的な損害額」を超えていないと自信を持って言えるかというのも甚だ疑問でございます。多くの委員の皆様から指摘があったように、少なくともどのような費用は損害額に含めるべきなのかとか、そういったことを明確にさせていただくことが必要であると思っております。

あるいは、「平均」という定義を残すのであれば、何に比べて平均なのかと。例えばオーダーメイドで1件しかない契約はどうなのだとか、そういったようなことも含めて定義を明確にしていくといったことが重要かなと思っておりますので、御検討のほどよろしくお願いたします。

以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

それでは、山下座長代理から何かございましたらお願いします。

○山下座長代理 御意見ありがとうございます。大変参考になる御意見なのですが、まず坪田委員からの御指摘、やはり離脱に関して、平均的損害についてのトラブルが多いというお話があって、その点、私のほうも認識はしております。恐らく消費者側の納得感というのがかなりないというか低いのがこの部分の紛争の問題で、それが相談の多さというところにもつながっているのではないかとは思っています。ですので、解約料について坪田委員からはしっかり説明をしてほしいということと、説明をするだけでは十分なものでもないということをおっしゃっていただきましたが、まさにおっしゃるとおりかなと思っております。

その一方で、土井委員から最後に説明していただいたように、事業者側からしても、平均的損害とは何かということについて必ずしも明確になっていないということで、事前に平均的損害額を決めるというのが非常に困難であるというもおっしゃるとおりかと思っております。この辺、佐藤委員からは、基準的なものはないのかという御意見もございましたけれども、まさにそういった点について今後考えていくということでもございまして、この部分、9条の改正というのは、御存じのように消費者契約法の改正がなかなかうまくいかないで今まで来た部分でもございますので、皆様のお知恵をいただきながら、できるだけ明確な基準づくりと消費者の納得感というものが得られる仕組みづくりというものを考えていければと考えております。

取りあえず以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

このテーマについては、問題があるということ、それからどのような問題があるかということについてはかなり認識が共有されているのではないかと思いますし、このテーマについては前に特別に検討もしていただいているということもあります。具体的にどのような規律のモデルが考えられるか、幾つか考えられますので、このような規律のモデルが考えられるという形でさらに議論を深めていくことができればと思います。

かなり時間が長くなっており、まだ2つテーマが残っているので、少し休憩しましょうか。12時定刻には終わらないと思いますけれども、その場合、この後の御予定等もあると思いますので、御予定のある方は御退席いただいて全く構いません。5分ぐらい休憩することにします。11時半まで休憩にいたしまして、11時半に再開いたします。

(休 憩)

○山本座長 そろそろ11時半ですので、再開したいと思います。

それでは、第4の項目です。資料の30ページから33ページ、「ハードローの下でソフトローを活用することにより民間主体の専門性・現場力をいかし、予見可能性を確保しつつ柔軟な内容や適用・紛争の解決を可能とする仕組み」について、まずワーキンググループの構成員でない検討会の委員の皆様から御意見をいただきたいと思いますが、いかがでしょうか。

二之宮委員、お願いします。

○二之宮委員 二之宮です。

ハードローの下でソフトローを活用するという仕組み、ここがこれまでの消費者契約法の検討と大きく違うところで、まさにこれができるかできないかということが非常に重要だと思っております。ワーキンググループの御議論を拝見しておりますと、確かに事業者の自主規制を法的なものとしてどう位置づけるのかとか、その定義だとか、法的意味だとか、確かにそこは技術的に詰めなければいけない部分はあるのだらうと思いますが、それを活用するという仕組みがまさに消費者契約法の中でつくれるかどうかというところ、ここはこれまでの要件の明確性とかいうところの議論を突破する道だと思っておりますので、そこは本当に協働して、今回できるかできないかというところに非常に関心を寄せております。

冒頭に言いましたように、消費者契約法の役割を包括的・一般的な取引ルール、健全な市場の基盤ルールというふうにと考えると、遵法意識の高い健全層による健全な市場の整備の役割は非常に大きくて、健全層の創意工夫を尊重して、積極性を生かすことによって、ハードローの対象となる圧倒的多数になると考えられるいわゆる中間層にはハードローとしての消費者契約法が直接適用されるとしつつ自主的に健全層への移行を促していく、移

行かせていく仕組みというものをつくる必要があるのだと思います。

その方向性としましては、ハードローとしての消費者契約法を整備した上で、これまでなかなか議論がともしればぶつかり合うような形にも映っていた要件の部分の技術的な部分だとか細目的な部分だとかいうところは業界団体の自主規制に委ねるというのを仕組みとしてつくるということが方向性だと思います。

この場合、要件部分としてというところがやはり重要でして、取引ルール、特に民事効としての消費者契約法の役割を考えると、効果部分についてはあくまでもハードローが適用される。要件についてどうするかというところは自主性を求めるけれども、それだったら自分たちで守れるだろうというところと、それに反したときはどうするのかというところは別の問題だと思います。

もう一つは、遵法意識には民事効の自主的な対応というのも重要ですが、行政による介入、裁判しなければ被害回復されないというのは健全な市場の醸成というものにはなりませんので、そのためには、ほかの部分にもいろいろ出てきますけれども、適格消費者団体による自主規制の運用のチェックというところ、民主性という意味でもそこには適格消費者団体のチェックをかけることにより事業者の自主的に促していくことが必要だと思います。その他にも行政の介入の前段階として、適格消費者団体を主体とするいろいろな手続、場合によっては適格消費者団体が担い手となる確約手続的なものも考えられるのかも分かりませんが、その辺はまたいろいろ検討できるのではないかと考えております。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

お願いします。

○佐藤委員 ありがとうございます。

ハードローを補完する役割としてソフトローを位置づける際についてですけれども、先ほど申し上げましたとおり、例えば解約料などの考え方について、法令では一律に難しい業界特性やサービスモデルの差異などを反映していただくことを御検討いただきたいと考えております。例えば飲食店と宿泊施設では、キャンセルが発生した際に、準備に要していたコストや穴埋めの難易度などが異なるという状況がございます。飲食店では当日予約なしのフリーの来客も発生しやすいビジネスモデルである一方で、宿泊施設には当日予約は一定考えられるとしても、フリー来客というケースは少ない、希有というところが推察されます。ですので、業界の特性を踏まえて、ソフトローに柔軟性を持たせるということを御検討いただきたいというところです。

一方で、ソフトローをハードローに向けた準備として位置づける場合につきましては、各事業者のビジネスモデルにおける競争戦略の幅が過度に制限されることがないように、十分に御留意いただきたいと考えております。

現状ですけれども、健全な事業者を育成するというところ、グレーリストを設けたとし

ても健全な事業者は守ったとしても、その効果が限定的にとどまるという可能性もないとはいえないと思いますので、事業者にインセンティブを与えるようなソフトローの活用によって健全な市場の構築を図ることを御検討いただきたいと思います。1のところでも御意見を申し上げましたが、インセンティブについて御検討いただきたいというところです。

また、事業者のコンプライアンス体制の構築につきまして、事業者団体や関係業界との十分な協議、意見聴取を行った上で、消費者庁の主導の下で業界団体においてガイドラインを作成して、遵守の取組を事業者が進めるということも考えられると思いますし、グッドプラクティスの策定であったり公表であったりというのを行っていただくということも考えられるかと思えます。

あわせて、消費者法制が複雑化しているというところもございまして、法律知識の不足に起因する不適切な対応が生じている、それによって健全な事業者の育成ができていないというところを防ぐ観点から、消費者契約法、その他の消費者関連法令についても、事業者が相談できるような窓口を設けるというところも有効ではないかと考えております。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

お願いします。

○土井委員 ありがとうございます。

ハードローでなかなか実現できないところをソフトローで補っていくという考え方自体には賛同いたします。ただ、なかなか難しいなと思っております。ソフトローをどのハードローの部分に対して設けていくのかと。何度も申し上げているように、消費者契約法の基本的なこういうことに配慮しなければいけない、あるいはやってはいけないといった部分のある意味規範的な部分について、各業界の憲法のような形で、そのようなソフトローをつくっていただく。そういうことはある程度実現できるかなと思います。

ただ、個別の規制、先ほど佐藤委員が解約料について触れられておりましたけれども、そういうところになってくると果たして一つの業界という単位だけで全て完結できるかと。その中には当然大手企業から中小企業まで多くの企業がやっていますので、必ずしも一つの業界だけでまとめ切れるのかといったところはなかなか難しいと思いますし、例えば大きなルールを業界ごとで、これは国、行政のほうでよくやられる手法だと思いますけれども、何か新たな法律ができたときに、各省庁、所管省庁別に基本となるガイドラインをつくられて、それに基づいて各業界がいろいろな範囲で業界ごとのものを、業界と言っても若干細かい業界とかも含めてつくっていくといったこともあるかなと考えております。

また、そのようなハードロー、ソフトローが整備された後も、普及というところもかなり重要かなと思っております。消費者基本法に事業者団体という記述がありますが、事業者団体も経団連さんから我々中小団体、それから個別の業界ごとの組合とか、いろいろな規模、体制とかがありまして、全て事業者団体だからといって同じような対応ができる

いったことはなかなか難しいですので、そういったことがあると、自主的な対応を促していく支援といったところも当然求められるかなと思っております。

プラスして、いろいろな団体があると申し上げましたが、それなりの組織率はございますが、そうはいつでも全ての事業者が入っているということではないというところでございます。そのようなことを考えると、ソフトローで実際に効果を出していくためには、そのルールに参加するインセンティブといったところはやはり求められるのかなと思っております。

私からは以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

坪田委員、お願いします。

○坪田委員 今まで要件の明確化というところが非常にハードルになっていて、そこで今、その打開策的にソフトローとハードローという組合せが出てきたと思っております。これがうまくいかないと、今、議論していることが結果として実を結ばない。非常に大きな問題だと思っていますので、ぜひ慎重に、しかもこれが一番大事なところですので、ある程度の期間の中でやっていただくことは大変だと思うのですが、実を結んでいただくことを非常に希望しております。

その上で、今お話が出ましたけれども、同じ商品を扱うにしても、地域であるとか、商品の単価であるとか、そういったことでかなり違ってくると思います。そうすると、大きなルールはつくった上で、あとは業界団体さんがどうするかということもありますが、それにも漏れてしまうところが当然あってしかるべきだと思います。

そういった場合に、最終的にはこれが一つのよりどころです、規範です、ルールですというものをしっかりとハードローの消費者契約法の中で示していただく。最後はそこが一番ですというふうな形でやっていただくのがよろしいのかと思いました。

それから、適格消費者団体の活用ということでも御意見をいただいておりますが、これは非常にいい方向ではあると思うのですが、やはりそれには準備がありますので、そういった面で、今、消費者契約法が抱えている問題を解決するためには、かなり乗り越えなくてはならない、整備をしなくてはならないことがたくさんあるということは今改めて感じた次第です。とはいっても、これを乗り越えていかないと消費者契約法のよりよい方向としてはいかないの、ぜひやっていただきたいし、私もその一員として意見を述べていきたいと思っていますところでは。

消費者契約法は、やはり今も、事業者の方で知らない方もいらっしゃる。周知の問題が出ました。消費生活センターで事業者の方とお話しするとき、これは様々な事業者がいらっしゃいますので、ごく一部とは思いますが、民法しか知らないという方がまだ多くいます。「これは詐欺ではない」とかということになってきます。消費者契約法というものが消費者取引の中では民法と同様以上の大きな力を持っているということ、使いな

がら周知していかななくてはいけない大きな問題だと思っております。これは消費生活センター、それから消費者の方、消費者庁、事業者の方、法曹界の方、全てにおいて消費者契約法をしっかりと認識することが非常に重要だと改めて感じました。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

よろしいでしょうか。

何か山下座長代理からありますか。

○山下座長代理 ありがとうございます。

ハードローとソフトローを組み合わせるという方向性については、おおむね皆様から御賛同いただいた上で、非常に難しい問題があるということの御指摘をいただいたと認識しております。

1点だけ、二之宮委員から最初のほうでしたでしょうか、民事効についてはハードローであり、要件についてソフトローであるべきであり、ソフトローに反したときに厳しく効果を問うべきというお話がありました。おっしゃるとおりと思うのですが、注意すべきなのは、そこでのソフトローに反するという点について、レベルというのが幾つかあると思うのですね。要するにソフトローをそもそもつukらないという場合と、ソフトローを守らないという場合と、ソフトロー自体が内容に抜けがあった場合とか、様々な場合があるので、そこら辺についてもできればお知恵などを拝借して、今後の議論を進めていきたいなと考えた次第です。

取りあえず私からは以上にさせていただきます。

○山本座長 ありがとうございます。

先ほど来御指摘がありますように、消費者契約法について、基本的な考え方という点で今回、消費者の多様な脆弱性に目を向けていくということが大きいわけですが、手法の面でいうと、ハードローとソフトローの組合せという部分が非常に大きいと思います。

ソフトローとハードローの組合せの重要性自体についてはかなり認識が一致していると思いますので、さらに今後は具体的に、先ほど来、テーマの1から、次の5にも若干関係することが出てきますけれども、どのような規律についてハードロー、ソフトローの組合せをどのように掛け合わせていくかをさらに具体的に議論していくことが必要かと思えます。ソフトローといってもいろいろなものがあることがここで想定されていますし、ハードローとソフトローの組合せの仕方についても、今、山下座長代理から御指摘がありましたようにいろいろありますので、具体的にどのように規律の内容と手法とを掛け合わせ、それから手法の中身を掛け合わせていくかということについて、さらに議論ができればと思います。

それでは、最後になりますが、項目の5番目、資料の34ページ以降、5の「横断的な検討事項」です。ここにつきまして、まずワーキンググループの構成員以外の委員の方から何か御意見がありましたらお願いしたいと思えますが、いかがでしょうか。

それでは、二之宮委員、お願いします。

○二之宮委員 二之宮です。

先ほどのソフトローとの組合せのところとも重複するのですが、35ページにグレーリストの導入について意見が述べられております。現行の消費者契約法が硬直的であり、後追いになっており、その後追い規制からの脱却というのがパラダイムシフト専門調査会の一つの命題でございました。そこから脱却する、後追い規制をやめるのだ、漏れをなくすのだということからすると、あるいは消費者契約法の位置づけを健全な市場ルールと捉えるのであれば、現行の不当条項のみならず不当行為についてもグレーリストを設ける必要があると思います。その上で、不明確なところはソフトローで補完するという形で行っていく必要がやはりあると思います。

それとは別に、適格消費者団体の差止請求の発展可能性についてもここで述べられておりますけれども、資料にもありますように、行政規範に対する行政が措置するという場合の行政コストということと同じように、適格消費者団体の現在の資源、人的・財政的な資源を考えるとやはり脆弱でありますので、行政と適格消費者団体との協働により相互に補い合うということが必要だと思えます。

その上で、現在の差止請求でも実際にいきなり訴訟するのではなく、規約内容等について事前に交渉して個別に協議して、それこそ健全層に属する事業者の方々は協議によって改正されることも多いです。事業者側が気づかなかったというところもあれば、事業者側はそういう意味でこういうふうな規定を設けていたのですね消費者団体側が気付くこともあります。本当にお互いの協議によってよりよい規約に改定していくもあります。そうすると差止請求に関する申入れはそこで終了ということが全国の適格消費者団体で現に行われておりますのですが、この個別の取扱いとなっているものを、もう少し協働という意味でいうと、官民協議会のような大きな組織だけではなく、そこで会議室に集まって協議するだけではなくて、いろいろな階層でそれを公式の場として設けることができないだろうかと思えます。それによってその協議にある程度の公的な性質を持たせつつ、ただ、それをあまり会議室だけでやっていたら現場がまた動かなくなってしまうので、それを踏まえて適格消費者団体は各自の取組として、連動して各階層でそういう仕組みというものを位置づけておく、仕組んでおくということができないだろうかと思えます。そういう公的な性質を有する環境ができれば先ほど言いましたように健全層による取組を促して、中間層をそちらへ自主的に移行させていくという一つの流れ、移行させる動きというものができるとは思っておりません。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

それでは、佐藤委員、お願いします。

○佐藤委員 ありがとうございます。

まずグレーリストについてですけれども、グレーリストを導入する場合には、認識の齟齬や拡大解釈が起きないように御留意いただければと考えております。

また、先ほど山下座長代理からお話もございましたが、あくまでもグレーという位置づけである以上、指導や助言にとどまらずに、直ちに何らかの措置に至るような運用にはならないように、段階的な対応を御検討いただきたいと考えております。

消費者団体訴訟制度についてですけれども、その発展可能性につきましては、権限拡充という手段からではなくて、まずはこれまでの事例などの検証を踏まえまして、議論を始めるべき重大かつ必要性の高い事例が存在するかについて精緻な調査を行うなどしていただきたいと考えております。適格消費者団体に事業者の規約が不当かどうかの評価権限を広く付与するというところにつきましては、その消費者団体自体が私的団体であって、法解釈の権限や責任を有するわけではないので、事業の予見可能性を低下させたりとか、事業者のイノベーションや経済成長に影響を及ぼすおそれもないとはいえないというところがあるかと思しますので、官民協議会の消費者団体のデフォルト参加であったり、不公正な取引方法全般の差止請求の拡大につきましては、事業者の営業の自由や個々の消費者の選択の自由のバランスに留意をいただいた上で対応いただきたいと考えております。

仮に導入される場合につきましては、評価者による評価の差分が発生しないように、先ほど4のところでも申し上げましたが、要件の明確化が不可欠かと思えます。特に地域をまたいでサービスを展開することの多いインターネットの取引やデジタルプラットフォームにおきましては、地域によって判断が異なりますと、是正の検討に向けた事業者内の社内調整に影響を及ぼす懸念がございます。差止請求につきましても、事業者側からの説明機会の付与であったりとか、不服申立ての機会の整備であったりとか、詳細な制度設計と運用を検討する必要もあると思っております。

加えまして、「消費者」概念・定義規定の在り方についてですが、中小事業者につきましては消費者にもなり得るのではないかというところですが、大手企業におきましては従業員はもちろんのこと、経営者であってもプライベートでは消費者であることから、中小企業や個人事業主のみを特別扱いするというところは、公平性の観点も踏まえて慎重な検討をしていただきたいと考えております。例えばカラープリンター一つを購入するにしても、私用のために購入しているのか、個人や法人にかかわらず事業用として購入しようとしているのかについて、消費者保護の対象とすべきかというところを分かりやすく区分して取り扱うべきではないかと考えてございます。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

土井委員、お願いします。

○土井委員 ほとんど佐藤委員と同じですので、1点だけ、中小企業に関するところだけ発言を申し上げさせていただきたいと思えます。

佐藤委員が言われたように、中小事業者に関して保護をするということは、私の立場で言うのも何ですがやはり難しい問題があるなど思っております。中小企業者といっても、例えば個人事業主であると、いろいろなサービスを個人の立場で契約をしているといったことがあって、それに関しては恐らく消費者契約法の保護を受けるといったことだろうかと思えます。

また、サービスを提供する企業の側も、恐らく法人用の契約書と個人用の契約書を分けてやっている場合もあるのかなというところもありますので、中小企業者といっても個人、法人といういろいろな形態がある以上、そこを線引いて、例えば中小企業者で法人なのだけれども規模が小さいので消費者契約法の規制の対象にするということは、なかなか規模だけでは実務能力であるとかそういったところを判断することは難しいと思えますし、ほかの大企業とかも、いろいろなところとの差を比べて、なかなかルールとして立案するのは難しいかなと思っております。もちろん、個人事業主で契約の解除ができないとか、消費者と同じような問題を抱えている事業者もあって、我々が支援することもあるのですが、そういうところにも目を向けて御議論いただいたことについては非常に感謝申し上げたいと思えます。

私からは以上でございます。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

坪田委員、お願いします。

○坪田委員 まず、「消費者」概念・定義というところですけども、今、御意見に出ましたとおりでございまして、当然人は企業人として働いている側面と、プライベートではいろいろな買物をしているわけです。消費者契約法が射程とするところは、消費者と事業者との取引ということで、この消費者性がどうかということは、常に消費生活センターでも意識をしているところです。よく言われるように、反復継続的に、つまりプロとして消費者とは違いその専門家であるというレベルになっていけば、またそれをなりわいとしていけば事業者性がありますということで、消費者ではないと考えておりまして、これはこれまでの裁判例でも示されているところだと思います。

最近少し問題というか難しくなってきたのが、ネット取引ですぐに事業者にもなれてしまう時代になりました。これがかなり消費生活センターでも悩ましいところですが、実態を捉えまして、同じようなネット上での個人間の取引であっても、それが一定期間に大量のある種の商品が取引されていけば、一般の生活者ではないであろうと判断をしておりますので、この辺りはしっかりと消費者契約法を運用する側として意識をしているところでございます。

中小事業者の方で、事業者契約、事業者性のある契約をされている方でも、自分は本当に中小企業でよく分からないのだとおっしゃる方もいますが、そういった方は競争法上、下請法とか様々な法律がまた手当てされていますので、フリーランスの方々に関する窓口

で対応していただくことのほうがよろしいのかと思っております。ただ、私どもとしても、消費者性というのが非常に今、曖昧になってきておりますので、そこは十分に消費者契約法を活用するときも気をつけていきたいと考えているところです。

消費者契約とは、事業者間で締結されたということにして、38ページに有償性は正面からは要件とされていないとあります。アテンション・エコノミーもここにかかるのではないかと考えております。ポイントのこともありましたけれども、今後これはどんどん発展していく部分がありますので、あえて細かくはしなくても、いわゆる事業者と消費者との取引、やり取りであることには変わりはありませんので、広く概念を規定しておくことも一つの方法かと思っております。

それから、消費者団体につきまして書いていただいておりますが、消費者団体が、そこまでしっかりとやっていくためには、これは消費者契約法と直接関係するところではございませんが、御支援が必要なところもあるかと思っております。そういった形で、消費者、事業者、消費者団体、あらゆるところでのこの法律をしっかりと活用するための支援も必要になってくるということを感じております。

それから、不当寄附勧誘防止法のように、行為規範と効果規範を分離するという手法も参考になるのではないかと。これは一つ参考になると考えているところです。

そして最後ですけれども、41ページの冒頭ですが、現在の情報環境において、単に消費者の自己決定に任せるのみでは自己の利益を十分に実現し得るような十全な判断が行えないという状況を踏まえることが必要ということを書いてもよいのではないかと、ということで、今までは消費者が自分の力で選択をする力をつけましょう、ということが一番だったわけですが、自分の力でも選択ができない場合もあるというのが今の社会の非常に象徴的な問題だと思っておりますので、この辺りもカバーができるような形で御議論いただければと思っております。

以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかにいかがでしょうか。

どうぞ。

○平井委員 全体に関わることとして御意見申し上げます。高齢者や障害をお持ちの方中には、認知バイアスや状況的脆弱性により、被害の自覚がないまま生活の基盤を揺るがす高額契約を締結してしまうケースが多々あります。しかし現状、後見人がいない救済の空白地帯にいる方々に対し、周囲が気づいても法的に介入し、解約に繋げる決定的な手段が不足しています。周りの人たちがそのことを大変危惧をしても、解約には至らないという例もあつたりして、結局生活に大きな支障が出てしまいます。生活支援員等の第三者の関与を法的に位置づけ、一定の条件下で契約を解消できる解除権や、関与した支援員を保護するセーフハーバーの構築が不可欠です。本人の自律を尊重しつつ、深刻な生活破綻を未然に防ぐ重層的な防衛策こそが、本委員会の目指すべきパラダイムシフトであると考

えます。この辺りについてはいかがでしょうか。

○山本座長 ありがとうございます。

ほかはよろしいでしょうか。

それでは、山下座長代理のほうから、今の御指摘も含めてお願いできればと思います。

○山下座長代理 ありがとうございます。

グレーリストが最初に問題になりまして、グレーリストにつきましては、今後、後追い規制であった今までの問題を解決するという意味では非常に重要であるというお話と、ただ、佐藤委員から、拡大などが起こっては非常に困るということを御指摘いただいたと思います。まさにおっしゃるとおりでございます。

二之宮委員からもお話がありましたように、理想は協議を重ねて、ソフトローについてよりよい規約をつくっていくなどの形で、紛争になる前に解決するということが理想でございますし、事業者についてより消費者目線といいますか、健全層への移行というお言葉をされましたが、消費者の立場を理解した上で、ガイドラインづくりなどに参画してくれる事業者が増えていくということが理想かなと考えております。

もう一点、消費者の定義につきまして、事業者を取り込むことについては慎重であるべきだという御意見も伺って、その点、競争法などとのバランスを考えても、消費者契約はやはり消費者の法律という形で考えていくという方向性でワーキンググループでも議論をしていきたいと考えております。

消費者契約について、有償性とかの問題と、アテンションのお話とかそういう点も御指摘いただきましたけれども、そもそも何が契約なのかというような問題というところもワーキンググループでは出まして、例えば何秒広告を見たらこのサービスが受けられますというのは、何秒広告を見たら契約になるのかとか、そういった細かいところもいろいろ議論はございました。

この辺、法律的に詰めるということも重要なかもしれませんが、恐らく最初の話に出てきた配慮義務などとの関係で、それぞれの事業者が提供しているサービスとの関係で、あまり消費者の判断を誤らせるようなことにならないというか、自己決定を害するようなことにならないような配慮とはどういうものかということを考えていくことが必要かなと思っております。

最後に平井委員から御指摘のあった、高齢者、障害者の中で被害を気づかないまま財産等について搾取されていて、周りの人が気がつくという場面が非常に消費者問題では問題になっているというのは、まさにおっしゃるとおりだと思います。ただ、こちらの問題は消費者契約法での対処というだけでは不十分であるかと思えます。現在、法務省のほうで成年後見法の改正の議論もされておりますし、厚生労働省等でまさに平井委員もおっしゃったように日常生活自立支援事業などの形での地域での支援といったものも展開されているところがございます。そういったものを全体として組み合わせるときに、消費者契約法で救うべき部分とは何かということは今後引き続き議論していきたいと考えております。

私からは以上です。

○山本座長 ありがとうございます。

それでは、全体に何かさらに追加をすることはございますでしょうか。特にワーキンググループの構成員の方には、本日はあまり御発言の機会を保障してこなかったようなところがあるのですけれども、何かあればお願いできればと思います。いかがでしょうか。

よろしいですか。

ありがとうございます。

全体に基本的な考え方あるいは論点をワーキンググループのほうで非常に精緻に議論をいただいた、丁寧に御議論をいただいたということが本日の報告からも分かりました。本当にありがとうございます。

本日の御指摘も踏まえまして、さらにそれぞれの事項につきまして、要件、効果、それから手続という点で、どのように制度、仕組みをつくっていくことが考えられるかを詰めていただければと思います。

先ほど来ありますように、消費者契約法の枠を超えてほかの法制度等とも連携をしながら考え、対処していかなくてはいけないという大きな問題もありますけれども、これについては問題提起をする部分と、それから消費者契約法の中で対応する部分、中長期的に考えていかなくては対応が難しい部分と迅速に消費者契約法で対応できる部分があるかと思っておりますので、その辺の問題も切り分けながら議論ができればと思います。

ワーキンググループの構成員の方には、さらに2巡目の議論をこれからしていただくということですので、大変御苦労さまですけれども、どうかよろしくをお願いをしたいと思います。

それでは、最後に事務局から連絡をお願いします。

○古川消費者制度課長 本日は、長時間にわたりどうもありがとうございました。

また、冒頭部分は機材トラブルが発生して中断することになりまして申し訳ございませんでした。おわび申し上げます。

今し方、座長からお話もありましたとおり、本日の検討会での議論を踏まえて、2巡目のワーキンググループでの議論をより具体化していくということになろうかと思っております。

次回の検討会の日程などにつきましては、追ってまた御相談させていただきたいと思っております。

以上です。

○山本座長 それでは、本日、若干時間を超過いたしましたけれども、閉会とさせていただきます。

お忙しいところ、お集まりいただきましてありがとうございました。