

説明資料

－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、及び
横断的な検討事項（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、消費者団体訴訟制度（差止請求）の発展可能性）－

令和7年（2025年）12月19日
消費者庁

目次

0. 今回のテーマと基本的な考え方

- 今回のテーマ
- 基本的な考え方

1. 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

- 基本的な考え方
- 従来の枠組みの課題
- 検討の方向性
- 検討事項

2. 横断的な検討事項

(1) 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

- 検討の方向性
- 検討事項

(2) 消費者団体訴訟制度（差止請求）の発展可能性

- 検討の方向性
- 検討事項

0. 今回のテーマと基本的な考え方

今回のテーマ

第1回検討会では検討事項（3）として「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」が確認された。また、関係主体の共創協働や予見可能性を確保しつつ柔軟な内容等を可能にするといった観点からは、検討事項（5）の「横断的な検討事項」のうち「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」と「消費者団体訴訟制度（差止請求）の発展可能性」が関連するものと考えられる。

（参考）検討事項（第1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資料4－3より抜粋）

（1）消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律

- ・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
- ・多様な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
- ・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

（2）消費者契約の各過程に関する必要な規律

- ・継続的な契約における締結から終了までの各過程で必要な一般的規律
- ・消費者が事業者に対して自己の情報、時間、アテンションを提供する取引に関する規律

（3）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

- ・ハードロー（法律）をソフトローにより具体化する仕組み
- ・ソフトローの正当性を担保する仕組み

（4）「解約料」の実態を踏まえた実効的な仕組み

- ・「平均的な損害」では捉えられない損失補填以外の目的で設定される「解約料」の存在への対応
- ・手続面の問題を「解約料」の正当性の判断において考慮する仕組み
- ・「解約料」に関する情報提供を促進する仕組み

（5）横断的な検討事項

- ・法目的の在り方
- ・「消費者」概念・定義規定の在り方
- ・各規律を導入した場合の実効性を確保するための仕組み
- ・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
- ・消費者団体訴訟制度（差止請求）の発展可能性

基本的な考え方

- 消費者法制度は、消費者の多様な脆弱性や取引の複雑化・個別化に対応するために、種々の規律手法を目的に応じて有効かつ適切に組み合わせて用いる必要がある。民間主体の専門性・現場力等を活かし、行政も加えた連携によって、消費者が安心して安全に取引に関わることができる環境、優良な事業活動が選ばれる健全な市場を実現すべく、消費者取引を規律する民事ルールや行政法規定を拡充し、ソフトローや官民協働の手法を大胆に活用すべきである。これと併せて、既存の各種消費者法制度との関係性や連携も意識しつつ、消費者法制度の全体像を構築していくべきである。
- その際に、全ての消費者は、他者や環境との関係性により多様に変化する「消費者の脆弱性」を有すること、そのため他者からのサポートなしに自らの価値観に基づくものとして納得した選択をし、消費者取引を安心・安全に行なうことが難しくなってきていることを踏まえる必要がある。取引相手の事業者や取引基盤提供者その他の消費者取引に関する事業者、家族・地域社会等の消費者のそばにいる者が安心・安全な消費者取引のためにそれぞれの役割を果たし、事業者団体、消費者団体、専門家組織等の民間主体と行政が連携できるようにすることが重要である。

1. 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

基本的な考え方（1/2）

- 「消費者の脆弱性」の多様性を踏まえた柔軟性のある規律の整備、消費者を取り巻く取引環境の変化への対応、規律の隙間を狙う悪質・不当な行為への対処を目指す上では、抽象的規範と具体的規範の各特徴を踏まえてベストミックスすることが重要。

- 抽象的な規範の特徴：広い範囲をカバーすることができ、実質的な解釈・評価により目的とする状態の実現につながりやすい一方で、特に抽象度の高い法規範と画一的で強度な法効果を直結させると外延が曖昧で健全な事業活動が阻害されやすい（過剰規制）。
- 具体的な規範の特徴：一貫性や透明性、予見可能性の確保の点で優れ、強力な法効果に結び付きやすく実効性が図られやすい一方で、規律対象者の行動や規律の運用が形式化・画一化することで主体的・実質的な規範意識が醸成されにくいや創意工夫が阻まれることにつながったり、また、規律の隙間や脱法行為が生じやすい（過少規制）。

⇒法律上は抽象的な規範を規定しつつ、下位規範により具体化する手法により、法の適用に関する予見可能性を確保しつつ、実効性の高い規律を整備することが考えられる。

- ソフトローは、以下のように分類することが考えられる。

- 「ソフトの意義」：①規範の内容が抽象的で可塑性がある、②法的義務を伴わない（強制的にではなく自発的に規範に従うことが期待される）、③法的拘束力を伴わない（法的制裁による強制を受けない）
- 「ハードローとの関係性」：ハードローの準備（指針を提示し、将来の立法の基盤とする）、補完（成立したハードローについて、内容の細部を定める）、代替（ハードローの制定が難しい状況でルールを形成する）
- 「策定主体」：行政、民間、行政と民間の協働、複数の民間主体の協働等

⇒①の意味でのソフトローとしては、例えば、プリンシップとして機能する法律上の規定（努力義務規定・配慮責任規定等）や自主規制（行動憲章等）等が想定される。

⇒②又は③の意味でのソフトローについては、まず、これらをハードローの補完のために活用することが重要。

基本的な考え方（2/2）

- 多様な脆弱性を有する消費者が安心して安全に取引に関わることができる環境の整備を図る上で、事業者による健全な事業活動の普及・促進のために、個々の事業者のモチベーションを高め、業界・市場全体としての気運を醸成することが重要。
⇒上記の抽象的な規範を具体化する下位規範として、事業者・事業者団体が策定し、あるいは策定に関与するソフトローを活用することは、策定・遵守のインセンティブとなると考えられる。
- ソフトローを活用する上で民主的正統性の弱さを補い恣意性を削減し、その正当性を担保するため、内容・手続・運用面の適正性と透明性を確保することが重要。
⇒ソフトローの策定・改廃・運用に当たって様々な主体が参画・関与することが有効と考えられる。

従来の枠組みの課題

- 現行の消費者契約法は、各規定の要件を法律レベルで規定すること（すなわち国レベルで完結したルール形成）を中心とするところ（※）、取消権・契約条項の無効について効果の強度から相応の予見可能性や要件の明確化の要請が働くこととあいまって対象が個別限定的となり、また、頻繁な改正が想定されず取引の実態や変化を踏まえて機動的かつ柔軟に対応することが困難となっていると考えられる。

※一部要件を内閣府令に委任している規定がある（第4条第3項第4号）。

- 現行の消費者契約法の取消権及び契約条項の無効の各規定は、事業者にとって消極的な動機付けに基づく最低限の行為規範となるに留まっていると考えられる。
- 現行の消費者契約法の取消権や契約条項の無効の各規定は、法律で完結する純粹な民事ルールで規定されているために、その活用は裁判の場に委ねられているところ、個々の消費者が消費者取引に関連して訴訟を提起することは、様々な事情から現実には困難な場合も多く、紛争解決規範としての活用が進んでいないと考えられる。

検討の方向性

- 消費者契約法において、ハードローの補完のためのソフトローの活用を検討することが考えられるのではないか。
- 法律上は一定程度抽象的な規定としつつ、これを補完するソフトローにより細則を定めることで、隙間なく柔軟な適用を図ることを可能にしつつ、予見可能性を確保し解釈のばらつきを防ぐことにつなげることが可能になると考えられるのではないか。また、ソフトローは法律に比べて改定が容易となるため、取引の変化を踏まえて適時に見直すことが可能になると考えられるのではないか。
- 事業者・事業者団体が策定し、あるいは策定に関与するソフトローを活用することで、
 - ・ 取引の実態を反映しやすくすることにつながること
 - ・ 事業者にとって遵守する内容が自らの参画の下で具体化されることでリスク低減につながること
 - ・ 事業者等の関係主体の主体性や創意工夫を引き出すような積極的な動機付けにつながることが考えられるのではないか。
- 法律の規定をソフトローにより具体化することを通じて、事業者の行為規範や紛争解決規範が明確化し、事業者による主体的な遵守が促進され、また、消費者にとって裁判外での交渉材料が増えることで、紛争の予防や早期解決につながることが期待されると考えられるのではないか。
- ソフトローの正当性を担保するためには、その内容や策定・改廃手続等について、適正性・透明性を確保する必要があると考えられるのではないか。

検討事項（1/2）

- ①消費者契約法において、ハードローの補完のためにソフトローを活用することが考えられるか。
- ②「ソフトロー」による具体化の対象とする消費者契約法上の規範として、どのようなものが考えられるか。

(例)

- ・配慮義務や継続的な契約等に関する規律、解約料に係る情報提供、合理的説明に係る細則や行動指針を対象とすることが考えられるか。
- ・他に考えられるものはあるか（2.（1）に関連）。

検討事項 (2/2)

③消費者契約法上の規範を具体化する下位規範となる「ソフトロー」について、どのようなものが考えられるか。その際、民主的正統性の弱さを補い恣意性を削減し、その正当性を担保する観点からどの範囲の「ソフトロー」がふさわしいと考えられるか。

(例)

- ・行政立法や行政が定める指針・ガイドラインが考えられるか。
- ・官民協議会（事業者・事業者団体、消費者の意見の集約、消費者利益の観点からの活動（提言）を担う組織（消費者団体等）などの民間主体と行政を構成員とするもの）が定める指針が考えられるか。
- ・事業者・事業者団体が定める協定・規約であって、行政が認定し、あるいは適格消費者団体等が策定等に関与するものが考えられるか。

④消費者契約法上の規範を上記「ソフトロー」により具体化する仕組みとして、どのようなものが考えられるか。特に法律による委任が当然の前提となるいわゆる法規命令以外の「ソフトロー」について、どのような仕組みが考えられるか。

(例)

- ・法律上、行政による指針策定の枠組み、官民協議会の枠組み、協定・規約の認定の枠組みを規定し、各指針等自体の直接の法的効力については規定しない（運用における事実上の参酌基準として機能する）ことが考えられるか。直接の法的効力に結びつける余地は考えられるのか。

2. 橫断的な検討事項

（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、消費者団体訴訟制度（差止請求）の発展可能性）

（1）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

- 現行の取消権及び契約条項の無効のいずれの規定についても、その要件は一律に違法となる（取消し、無効の対象となる）場合を画定するものとなっている。
- 「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会 報告書」（令和7年7月）では、「正当化のための要素を組み合わせた行為規範・契約内容規範」について、
 - 適法・違法の判断の明確化を図る手法として、直ちに違法となるわけではない一定の行為・契約内容について、正当化要素を満たせば“適法となり、それを満たさない場合には違法になる”という形で規定することが考えられる。
 - 例えば、正当性を手続的に担保するアプローチとして、行政が策定する指針・ガイドラインや事業者団体が策定する自主規制等の遵守を正当化要素とする方法や、適格消費者団体が差止請求という形に限られずに事業者の行為・契約内容の適法性を評価する仕組みによる方法等が考えられる。
- 上記を踏まえて、消費者契約法において正当化のための要素を組み合わせた行為規範・契約内容規範を設けることが考えられるのか、設けるとしてどのような規範が考えられるかについて検討することが考えられるのではないか。

消費者契約法において正当化のための要素を組み合わせた行為規範・契約内容規範を設けることが考えられるか。設けるとしてどのような規範が考えられるか。

(例)

- ・直ちに違法となるわけではない一定の契約条項類型を対象として、一定の要素を満たす場合に正当化されることとする仕組みを設けることが考えられるか。

(参考) 第1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資料4-2「説明資料（事務局資料）」22、23頁より一部抜粋

「不当条項に関しても、一般条項である10条の第1要件に具体的な条項を例示としてあげる規律は、明文の任意規定がない場合にも第1要件の該当性を肯定しうることを明らかにするだけではなく、評価余地が残るもの不当性の高い条項を例示例挙するという意味を持っており、制定当初に採用されなかったグレーリストへの道を開くものとなっている」（沖野眞己『消費者契約法の育成』（河上正二先生古稀記念『これから民法・消費者法（II）』信山社、令和5年）44頁より）

「不当条項に関しては、消契法10条の第1要件に例示を追加することに構造的な制約がある」
(山本敬三『2022年消費者契約法改正と今後の課題（4・完）』(NBL No. 1234(令和5年)) 12頁より)

- ・上記の場合に、当該対象となる一定の契約条項類型としてどのようなものが想定されるか。
(例えば、消費者の解除権の行使を制限する条項、消費者の所有権等を放棄するものとみなす条項が考えられるか。それ以外にも考えられるものがあるか。)
- ・上記の場合に、当該類型に該当する契約条項を正当化する要素や仕組みとしてとしてどのようなものが考えられるか。
(例えば、
 - 一定の「ソフトロー」(例えば、事業者・事業者団体が定める協定・規約であって、行政が認定し、あるいは適格消費者団体等が策定等に関与するもの)に適合する場合は正当とし、当該「ソフトロー」に適合しない場合は不当とする規律を設けることが考えられるか。この場合の法的効果はどのように考えられるか。
 - 上記 i) のほかに、適格消費者団体の評価を正当化の要素とする仕組み(例えば、適格消費者団体が関与する所定の手続に基づいて不当であることが確認されるまでは正当となり、不当であることが確認された場合は将来に向けて不当となる)を設ける必要性についてどのように考えられるか。)

参考事例（1/2）

–（1）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

（No. 1）店舗やオンラインで契約の申し込みが可能であるが、解約は店舗でしか認めない契約条項（第19回消費者契約に関する検討会〔資料1〕28頁）

- ・スポーツクラブの利用契約の例

（規約の定め）

第〇条（退会手続）

1. 会員は、退会を希望する場合、当社所定の退会手続（以下「退会手続」といいます）を取るものとします。

（Q & A）

Q. 退会手続きの方法を知りたいのですが。

利用終了月の10日までにフロントにてお手続きください。お電話での受付はいたしかねます。

- ・自習スペースの定期利用契約の例

（規約の定め）

第〇条 届出

1. 会員が届出を行う場合には、所定の届出書類に必要事項を記入のうえ、これをF C本部または加盟店に対して提出することが必要です。 · · ·

第〇条 退会

1. 会員が本契約を解約して退会するときは、第〇条の定めに従い、退会届の提出をする必要があります。 · · ·

4. 代理人による退会手続又は電話その他の画面によらない方法による退会手続は、F C本部または加盟店が認める場合を除き、受け付けることができません。

（ホームページ上での表示）

退会手続きは所属スタジオ店頭にて受付いたします。

会員さまご本人様がメンバーズカード（会員証）をお持ちになってスタジオにお越しください。

（No.2）消費者の作為・不作為をもって、所有権等の放棄の意思表示を擬制する契約条項（第14回消費者契約に関する検討会〔資料〕16、18頁）

- ・ソフトウェア等を販売するウェブサイトの利用規約

第〇条 情報の権利

1. ご利用者が電子メールまたは他の手段で当社に送付するすべての情報等について、ご利用者が当社所定の方法で応募する場合を除き、当社は何ら義務を負いません。

2. 当社は、ご利用者が情報等を当社に送付した時点で、ご利用者がその情報等に関する一切の権利を放棄したものとみなし、その情報等の権利（著作権法第27条、第28条の権利を含む）は当社の帰属とします。当社はあらゆる種類、性質の情報等について、将来にわたって存在する権利をすべて独占し、商業目的その他あらゆる目的に、その情報提供者に対価を払うことなく、何ら制限を受けることなく使用することができます。

- ・オンラインショッピングモールの利用規約

第〇条（商品のお届け）

1. 商品お届けにあたっては、商品代金の他に送料や手数料等を利用者にご負担いただきます。

2. 利用者の不在、配送先住所の記載不備などによって商品が当社に返送された場合は、当社が、商品が返送された旨を利用者宛に当社所定の方法（メール、電話、郵便等）により連絡するものとし、利用者からの再発送を求める旨の指示を確認次第、再発送を行います。

3. 商品が当社に返送された場合において、当社が商品の返送を受けた日から起算して30日以内に利用者から当社に対して前項に定める方法による連絡がない場合、利用者は契約上の商品を受け取る権利及び商品の所有権を放棄したものとみなします。また、この場合、商品の代金及び送料は利用者に返金しないものとします。

（2）消費者団体訴訟制度（差止請求）の 発展可能性

- 現行の消費者契約法は、内閣総理大臣が認定する適格消費者団体に、事業者の不当な行為の差止請求権を付与する仕組みとして、消費者団体訴訟制度（差止請求）を定める。差止請求の対象は、導入当初は消費者契約法に規定する不当勧誘及び不当な契約条項の使用のみであったところ、その後の改正により不当景品類及び不当表示防止法、特定商取引に関する法律及び食品表示法にそれぞれ規定する行為に拡大している。
- 「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会 報告書」（令和7年7月）では、
 - 適格消費者団体が不特定多数の消費者の利益を擁護するために事業者の不当な行為の差止めを求めることができる差止請求制度は、同種被害の未然防止・拡大防止を図る点で行政処分と重なる部分もあるが、民間の独立した主体により、消費者の目線で、かつ専門性を活かしながら事業者の行為を評価し、機動的に是正を図ることに最大の特徴があるほか、民事ルールの実効性確保を担うことも特徴である。
 - このような差止請求制度の発展可能性としては、ソフトローの策定・改廃・運用の評価・関与や、差止請求という形に限られない事業者の行為・契約内容の適法性の評価、インターネット上の取引環境の設計の評価、事業者・事業者団体との対話等が期待される。
 - 役割が拡大していく場合には、それに伴い適格消費者団体が正当な対価を得られるということも重要であり、また、適格消費者団体の体制面・財政面等の課題は引き続き指摘されているところであり、行政により、消費者団体訴訟等支援法人制度の活用を含めた一層の支援・環境整備が求められる。
- とされている（同報告書49、50頁）。
- 上記を踏まえ、消費者団体訴訟制度（差止請求）の発展可能性について検討することが考えられるのではないか。

消費者団体訴訟制度（差止請求）の発展可能性について、どのように考えるべきか。

（例）

- ・差止請求権の拡充（行為規範の追加に伴うもの、取引実態を踏まえたもの）が考えられるか。どのようなものが考えられるか。
- ・適格消費者団体が官民協議会への参画、事業者・事業者団体による協定・規約の策定等への関与を可能とする仕組みが考えられるか（1. や2.（1）に関連）。
- ・一定の契約条項類型について適格消費者団体の評価を正当化の要素とする仕組みが考えられるか（（1）に関連）。

（例えば、適格消費者団体が関与する所定の手続に基づいて不当であることが確認されるまでは正当となり、不当であることが確認された場合は将来に向けて不当となる仕組みを設けることが考えられるか。）



消費者団体訴訟制度の概要

概要

- 内閣総理大臣が認定した消費者団体が、消費者の利益の擁護のために、事業者に対して、訴訟等をすることができる制度
 - ① 適格消費者団体の差止請求
 - ② 特定適格消費者団体の被害回復



差止請求



- 適格消費者団体が、事業者の不当な勧誘・契約条項の使用・表示について中止を求めることができる制度
※現在26団体が認定
- 消費者被害の防止を目的
- 消費者契約法の実効性確保策として、平成18(2006)年消費者契約法改正により創設
※平成19(2007)年6月から運用開始
差止請求権は、その後、景品表示法、特定商取引法、食品表示法にも規定
- 約1100事業者に対する差止請求(うち約100事業者について訴訟)
※令和6(2024)年12月末現在

被害回復



- 特定適格消費者団体が、事業者の不当な行為により生じた財産的被害を集団的に回復するための制度
※特定適格消費者団体は、適格消費者団体の中から認定(現在4団体が認定)
- 消費者被害の回復を目的
- 平成25(2013)年消費者裁判手続特例法の制定により創設
※平成28(2016)年10月から運用開始
運用開始後の消費者契約が対象
- 12事業者に対する訴え提起
※ 令和7(2025)年11月末現在



消費者団体訴訟制度の主体



差止請求制度
のキャラクター
「とりす」

適格消費者団体

- 差止請求権を行使するのに必要な適格性を有するとして内閣総理大臣の認定を受けた法人である消費者団体のこと
- 全国で26団体が認定
- 認定の有効期間は6年
- 主な認定要件
 - ・ 一般社団・財団法人又はNPO法人であること
 - ・ 相当期間(2年間)にわたり継続して適正に消費者の利益の擁護を図るための活動を行っていること
(事業者の不当な行為の改善申入れ、消費者教育への協力、消費生活に関する意見表明等)
 - ・ 差止請求のための体制・業務規程が適切に整備され、経理的基礎が備わっていること
 - ・ 消費生活に関する専門家及び法律の専門家が検討部門にいること
 - ・ 暴力団員が関与していないこと



被害回復制度
のキャラクター
「とりす」

特定適格消費者団体

- 被害回復裁判手続を追行するのに必要な適格性を有するとして内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体のこと
- 全国で4団体が認定
- 認定の有効期間は6年
- 主な認定要件
 - ・ 適格消費者団体であること
 - ・ 適格消費者団体として相当期間(2年間)にわたり継続して適正に活動していること
 - ・ 理事のうち1名以上が弁護士であること
 - ・ 被害回復のための体制・業務規程が適切に整備され、経理的基礎が備わっていること
 - ・ 報酬・費用が消費者の利益の擁護の見地から不当ではないこと