

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ワーキンググループ

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 ワーキンググループ

1. 日 時：令和7年12月9日（火）9:00～10:54

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

- ・消費者契約の各過程に関する必要な規律
- ・横断的な検討事項（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）

4. 出席者

（委員）

大屋雄裕委員、垣内秀介委員、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、西内康人委員、山下純司座長

（事務局）

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

○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たいと思
います。

皆様、本日はお忙しいところ、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
討会ワーキンググループ」を開催いたします。

本日は、大屋委員、垣内委員、カライスコス委員、後藤委員には会議室で、山下座長、
加毛委員、北島委員、西内委員にはオンラインにて御出席いただいております。

なお、加毛委員におかれましては、10時頃に御退席との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下座長にお願いしたいと思います。

座長、お願いいたします。

○山下座長 座長の山下です。

本日はオンライン参加ということになりまして、その場にいられず申し訳ございません。

それでは、本日の議事に入りたいと思います。

本日の検討事項ですが、「消費者契約の各過程に関する必要な規律」及び「横断的な検
討事項」のうち、これと関係する範囲で「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」について扱いたいと思います。

初めに事務局から説明をしてもらい、その後、質疑応答・意見交換を実施したいと思います。

まずは事務局から説明をお願いします。

○梅澤専門官 それでは、資料に基づき御説明させていただきます。

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。

初めに、1ページの目次で資料の構成を御説明いたします。まず、0としまして今回の
テーマと基本的な考え方を整理しております。その上で、1及び2において、検討事項ご
とに基本的な考え方、従来の消費者契約法における枠組みの課題、御検討を進めていただ
く際の観点等を整理した検討の方向性と主たる御議論対象の検討事項で構成しております。

初めに、「0. 今回のテーマと基本的な考え方」でございます。

3ページに今回のテーマをお示ししております。今回御議論いただきますのは赤枠の部
分でございます。

次に4ページですが、専門調査会報告書を踏まえまして、今回のテーマに関する基本的
な考え方を整理しております。従来の消費者法制度では、規律の対象・射程として契約の
締結過程と契約内容を中心とするもの、有償の取引を念頭に置くものが多く見られまし
たが、今後は規律の対象・射程を拡充させていく必要があるということでございます。

続いて5ページですが、具体的な検討事項について御説明いたします。

まず「1. 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」でご
ざいます。

6ページには、1に関する基本的な考え方を整理しております。規律の対象・射程を拡

充する観点から、契約の履行・継続・終了の各過程についても、格差の是正及び「消費者の脆弱性」への対策を図るために必要な規律を設けることを検討すべきであると記載しております。

7 ページでは、従来の枠組みの課題を整理しております。図を御覧いただければと思いますが、現行法は契約の締結過程と契約条項の内容を中心とした枠組みとなっております。

ただ、契約当事者による履行が継続的に行われる契約、本資料ではこれを「継続的な契約」といたしておりますが、継続的な契約においては、履行・継続・終了過程でもトラブルが生じる可能性があります。特に昨今はいわゆるサブスクが普及していますが、これに伴い生じている課題に対処できる適切な規律がない状況でございます。

令和4年改正時に契約の終了過程に関する努力義務の規定が新設されたことを契機に、国会の附帯決議においても「契約締結時以外への適用場面の拡大」の検討が求められているところです。

次に、8 ページで検討の方向性をお示ししております。規律対象を消費者契約の各過程に拡充するに当たっては、継続的な契約の普及を踏まえて、まずはこれを対象とした規律を検討する必要があるところ、取引の実態に着目し、課題があると考えられる主な場면을端緒として、規律の必要性や規律の在り方を検討することが考えられるのではないかと。

また、履行が一回であって、契約締結から履行までに時間的間隔がある契約についても同様の課題が生じ得ることから、規律の必要性を検討することが考えられるのではないかと。

さらに、規律を設けるに当たり、規律対象の継続的な契約等を捉える際にどのような要素を考慮すべきかと記載しております。

次に、検討事項について御説明いたします。検討事項は大きく分けて（1）から（3）がございます。

9 ページから13 ページが（1）ですけれども、継続的な契約について消費者契約法において一般的な規律を設けるべき場面として、どのような場面が考えられるか。当該場面についてどのような規律を及ぼすべきかとしております。

i) から vi) は、継続的な契約で課題があると考えられる主な場면을事務局において整理したものであり、それぞれについて、①でどのような対策が考えられるか、②で規律手法としてどのようなものが考えられるかという項目を立てております。御議論に役立てられればということで例を付記しております。

まず、i) は契約締結後に商品・役務の内容、取引条件の変化はないが、消費者側のニーズが変化し、契約関係を継続すること（継続するとしてもその内容）が新たなニーズにかなわなくなる場合、あるいは契約が自動更新される場合でございます。商品の内容等の変化はないものの、消費者側のニーズが変化し、契約を解約・変更したい場合などを想定しております。

①の対策として、事業者が適時に消費者に必要な情報を通知することや、事業者が簡便な離脱・変更方法を提供することを挙げております。

②の規律手法としては、これらの行為を義務づけること、または努めるよう義務づけることが考えられるか。義務違反の民事効について何らかの規定を設ける必要があるのか。義務違反について行政措置の対象とすることが考えられるかと記載しております。

10ページのii)は、時間の経過によって提供される商品・役務の内容、取引条件が変化し、消費者のニーズにかなわなくなる場合としております。先ほどとは異なり、無料から有料に移行する場合を含め、商品や価格等が変化し、消費者のニーズにかなわなくなる場合を想定しております。

①、②の例はi)の場合と同様でございます。

11ページのiii)は、消費者による解約が困難である場合、あるいは事業者が解約を妨げる場合としております。前者は解約の方法が複雑などにより解約が難しい場合、後者は引き留め行為があるなどのより積極的な場合を想定しております。

①の対策のうち、2ポツ目が初出ですが、事業者が一定の行為を控え、あるいは問題状況を回避することが考えられるかとしております。例として、合理的な範囲を超えた引き留め行為等を控えるなど記載しております。

②の規律手法として、現行法では、消費者から求められた場合に事業者が解除権の行使に関して必要な情報を提供する努力義務の規定がありますが、継続的な契約については、同条の努力義務の内容を拡充することや簡便な離脱方法の提供を義務づけることが考えられるかとしております。さらに、一定の行為を禁止対象とすること、民事効、行政措置が考えられるかを記載しております。

12ページのiv)は、契約当事者である消費者の死亡後に相続人等による解約が困難となる場合としております。契約当事者である消費者が死亡した場合には、当該消費者が締結していた契約を相続人等が把握していない場合のほか、契約の存在を把握していても解約が難しい場合もあるかと思われます。

①の対策として、事業者が契約当事者である消費者の死亡時に相続人等による適切な対処を可能とするために必要かつ相当な措置を執ることが考えられるかとしております。例えば相当期間サービスの利用がないときに、事業者が相続人等に対して契約の存在を知らせることができるよう、消費者が家族等の連絡先を登録することを可能にすることなどを記載しております。

②の規律手法としては、必要かつ相当な措置を執ることを事業者に義務づけることが考えられるかと記載しておりますが、どこまで事業者に求めることができるのかも含め、御議論いただければと思います。

13ページのv)は、消費者が知らない・気づかないうちに事業者により解約等をされる場合としております。消費者がしばらくサービスを利用しないことで解約等をされてしまう場合などを想定しております。

①の対策としては、事業者が解約等を行うに当たり、消費者の不意打ちにならないようにあらかじめ必要かつ相当な措置を執ることが考えられるかとしております。例として、

一定期間利用がない場合には自動で解約等される旨の情報提供をすることなどを記載しております。

②の規律手法についてはiv) の場合と同様でございます。

また、vi) で上記以外の場合としております。これまでの場面以外で規律を設けることが考えられる場合があれば、御指摘いただければと思います。

14ページの(2)は、履行が一回であるが契約締結から履行までに時間的間隔がある消費者契約についても、消費者契約法において一般的な規律を設けることが必要かとしております。例として、事業者が適時に消費者に必要な情報を通知すること、簡便な離脱・変更方法を提供すること、次の検討課題でもある解約料との関係で検討すべきかということも記載しております。

15ページの(3)は、このような規律を設けるに当たって、規律の対象となる継続的な契約等を捉える際にどのような要素を考慮すべきかとしております。例えば提供される商品・役務の内容や取引条件について考慮することが考えられるかとして具体例を挙げております。御参考として、継続的な契約の分類の一例も載せております。

16ページから18ページでは、御議論いただく際に役立てていただく趣旨で参考事例をお示ししております。国民生活センターが紹介したトラブル事例のほか、事業者による取組もございます。

まず(1)に関するものとして、1番は一定期間無料のゲームのサブスクについて引き落としがあったため、解約しようとしたが、解約方法が分からないという事案。

2番は、ウォーターサーバーの無料レンタルを2か月利用したが、必要がないので解約したいと連絡したところ、解約料が高額であった事案。

3番は、サブスクが値上がりしたので解約を申し出たが、解約できたかどうか不明な事案。

4番は、スポーツジムを解約したいが、スマホでの解約手続きができず、電話もつながらないという事案。

5番は、女性専用ジムの申し込みをして、予約金を支払い、契約書にもサインをしたが、契約金が高額であったため、電話で退会を申し出たところ、男性トレーナーから引き留められた事案。

6番は、契約当事者である弟が亡くなり、以前契約していると聞いていたコード決済サービスについて問い合わせ、必要な書類を送付したが、一向に回答がない事案。

7番は、夫が亡くなり、携帯電話を解約したところ、スマホのセキュリティーのサブスクの請求があり、請求元に問い合わせたところ、IDとパスワードが分からないため解約できないという事案。

8番は、クラウドサービスのアカウント所有者があらかじめ登録した人は、所有者の死後に容易にアクセスできることとする事業者の取組。

9番は、クラウドサービスのアカウント所有者が一定期間利用していない場合に、事業者がアカウント削除前にメール通知をするという取組でございます。

次に（２）に関するものとして、10番は生命保険契約について、事業者が契約者に代わって登録家族宛てに説明を行うなどの家族登録制度を導入する事業者の取組。

11番は、結婚式の契約において、締結後の変更があれば説明等を行うというブライダル事業者の自主ルールにおける取組を挙げております。

次に、２つ目の検討事項「２．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」でございます。

20ページに基本的な考え方を整理しておりますが、消費者が自らの情報、時間、アテンションを費やす場面を消費者法制度の対象として自覚的に捉えていくことが必要であると記載しております。

21ページでは、従来の枠組みの課題をまとめております。現行法では、「消費者契約」の定義上、対象を必ずしも有償契約に限定しておりませんが、対価として金銭を支払う取引を念頭に置いた規定もございます。他方で、現行法では情報、時間、アテンションを提供する取引に対応した規定があるわけではございません。このことから、従来は情報、時間、アテンションを提供する取引については自覚的に捉えられていなかったと考えられます。

22ページに検討の方向性を整理しておりますが、検討事項と重なりますので、次のページで併せて御説明いたします。

検討事項につきまして、23ページの（１）は、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ついても、消費者取引として視野に入れるに当たっては、具体的にどのような問題を射程に入れることが考えられるのか。その際の課題にはどのようなものがあると考えられるのかとしております。御参考として、専門調査会報告書における、アテンションエコノミーについての主な指摘事項を列举しております。

24ページの（２）は、消費者問題として捉えられる問題がある場合に、どのような対応が考えられるかとしております。ここでは例として考えられる対応をお示ししております。消費者の認識・理解を促進すること、事業者による消費者に対する取引条件開示を促すこと、選択肢の提供を促すこと、みだりに消費させないように配慮することを促進することといったものです。

その上で（３）としまして、上記対応のうち消費者契約法で対応するものがあるか。その場合どのような規律によることが考えられるかとしております。

25～28ページでアテンションエコノミーに関連する参考資料を掲載しております。

25ページは、インターネット利用時に約７割の人が不安を感じていることなどを示しております。

26ページでは、パーソナルデータを提供することについて認識している人が約４割にとどまることが示されています。

27ページは、パーソナルデータの提供が必要なサービスに対する懸念をお示ししたものになりますが、日本では「特に懸念がない」とする割合が他国に比べて高いという結果が出ております。

28ページは、どのようなパーソナルデータを提供することに不安を感じるかを示したデータでございますが、様々なパーソナルデータの提供に対して消費者は不安を感じているものの、趣味や、音楽や動画の視聴履歴といった個人の関心を表すようなデータの中には不安を感じにくいものがある可能性が示唆されております。

29ページ以降は、今回の検討事項と関連する第1回検討会資料からの抜粋でございます。

私からの御説明は以上でございます。

○山下座長 ありがとうございます。

それでは、これから質疑応答・意見交換に入りたいと思いますが、前回のワーキンググループと同様に、具体的な検討事項ごとに区切って進めていきたいと思います。

まず「1. 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」について、検討事項（1）、（2）、（3）がございますので、この順に進めていきたいと思っています。

初めに、検討事項（1）のうち、資料9ページのi）及び10ページのii）について御意見、御質問をいただきたいと思います。

御発言いただく場合は挙手にてお知らせください。

なお、資料の特定のページについてお話しになる場合は、意見の冒頭にそのページをおっしゃっていただくようお願いいたします。

それでは、皆様、よろしくお願いします。

よろしくお願いします。

○垣内委員 垣内です。どうもありがとうございます。

前提としまして若干質問をさせていただければと考えておりまして、（1）とか（1）のi）、ii）のあたりの話というのは、後で御紹介いただいております参考事例との関係で拝見いたしますと、結局、実際に解約をしたいけれどもそれが非常に困難であったりということで問題になっている事例があるということで、これについては対応が必要なのではないかと感じるところです。

その対応として、本日の検討事項のところで規律手法として挙げられているものというのは、一般論としては必要な情報の通知とか簡便な離脱・変更方法の提供をする、あるいはそれに努めるという方向はあり得るところなのではないかと感じたところなのですが、前提としまして、仮に解約が非常に難しいということが問題だとしますと、ここの検討事項で挙げられていることというのは一般的には非常に有用なのではないかと思うのですが、現にこういった必要な情報が十分に提供されていないとか、離脱・変更方法が非常に困難なものに限られてしまっているという事態があったときに、義務に違反しているということになるのかもしれないのですが、その義務違反の効果ということがやは

り重要な問題になるのかなという感じがいたしております。

その関係で、さっきから前提としてと申し上げてはいますが、解約というときに、基本的に消費者が事業者に対して契約から離脱したい旨の意思を表示するということで解約するというのが基本的な手順と申しますか方法になるのだと思いますけれども、解約の方法について事業者の側で様々困難な状況を作出しているというか、そういう状況にしているという場合に、そのことと消費者契約法の10条の関係で、仮に民法で普通に意思表示をとにかく事業者に対してすれば、それで解約の効果が生じているということなのだとすると、それよりも困難な条件でしか解約を認めないという仕組みにしている、あるいはそういう契約内容にしているということが、消費者契約法10条の関係で何か問題がないのかということも併せて問題となりそうな感じもするのですけれども、この10条との関係についてはこれまでの御議論等で何か整理がされているところがあるのか、あるいは今日の資料の作成の前提としてこういうことであると整理されている理解があるのであれば、御教示いただければと感じた次第です。

以上です。

○山下座長 ありがとうございます。

それでは、まずは資料の前提等の御質問がありましたので、事務局のほうからもし何かあればお願いします。

○梅澤専門官 ありがとうございます。事務局でございます。

御指摘いただいた消費者契約法10条との関係につきまして、これまで例えばパラダイムシフト報告書ですとか、この資料の作成に当たり具体的に検討していたわけではございませんけれども、この資料の中で例として挙げているものはあくまで私どもで考えた例でございます、これらに限られる趣旨ではございません。

解約の具体的な方法についてとても難しくするような内容を契約条項の中で規定していた場合については、10条との関係が問題になる可能性があるかもしれません。

以上でございます。

○山下座長 垣内先生、よろしいでしょうか。

○垣内委員 ありがとうございます。

問題となり得る場面があるということも前提にしながら、さらに検討していくのかなと感じました。ありがとうございます。

○山下座長 どうもありがとうございます。

それでは、ほかの方で御意見がある方はいらっしゃいますでしょうか。

後藤委員、お願いします。

○後藤委員 どうもありがとうございます。

私も前提についてお伺いしたいのですけれども、(1)の中でローマ数字の i、ii、iii、iv と挙がっていますが、垣内委員から御指摘のあった iii と、あとは iv も近いのかもしませんが、解約しようと思ったときに、そのやり方が分からない、場合によっては事

業者が妨害していると思えなくもないことがあるというのは大きな問題であって、それは是正させられるべきかと思います。しかし、それと比べてこの i)、ii) というのは直ちに問題になるとは言い難い場合も含まれているのかなという気がいたします。

次回、解約料の話もあるということですが、例えば1年間の固定の契約で1年間は解約できない、もしくは解約料が高く設定されているけれども、その代わり安い金額で提示しているという価格の差別化を行っている場合に、最初は1年間使うかなと思って契約したけれども、途中で要らなくなったというときに、ニーズが変わったと言えば変わったのでしようけれども、そのときに解約料を払いたくないというのは、これはいろいろな見方があるかとは思いますが、消費者の自分のニーズの見積もりが甘かったというのにすぎないとも言えます。このような固定契約によって安い価格で利用できて便益を受けている消費者もいるわけですから、当然にこれが問題視されるべきではないと考えております。

先ほどの解約をしたいというときにできないというのは、解約料を払ってでも取りあえずここで止めたいのだというときに、それができなくて続けさせられてしまうということであり、それは問題だと思うのですが、そのことと解約の条件全体というものを混同すべきではないだろうと思ひまして、この i、ii と iii、iv というのは問題の質が違うのではないかなと感じているところでございます。

その上で、i) について質問なのですが、ここで対策として挙げられているのは情報を通知するということでマイルドな措置にとどまっているので、解約料とかには踏み込まないということなのかなと思うのですが、具体的には、単純にどうすれば解約できるか教えてあげるようにとか、または更新のタイミングで、例えば1か月後に更新の期限が来るから、解約したければそれまでに言ってくれというような情報を通知しろということにとどまっているということではよろしいでしょうか。これであれば、当事者が最初に合意した条件を当事者である消費者のニーズが変わったというだけでそれを変えたいというところまで含まないということであり、そのような情報提示は広く認めていってしかるべきかと思うのですが、それ以上に踏み込むのであれば、また違うことを考えなければいけないかなと思って伺います。よろしくお願いします。

○山下座長 ありがとうございます。

こちらは事務局的にはどのようなことかということをもまず説明いただくということですかね。

○梅澤専門官 ありがとうございます。事務局でございます。

御指摘いただきましたとおり、確かに(1)の場合でも解約料との関係でどうするかという問題が生じてくる可能性はあるかと思います。

また、i) のところでいろいろ例を挙げておりますけれども、御指摘のとおり、更新のタイミングで通知するといったことを想定してこの例を書いていたものではございますが、この検討会で検討しておりますのが消費者契約法の規律としてどのようなことができるかということございまして、その中で私どもとして考えられるものとしてこういったもの

があるのではないかということをあくまで一例として記載したものでございます。これ以上に何か踏み込んだ措置が考えられるのであれば、御指摘いただければ私どもとしては大変ありがたいところでございます。

私からは以上です。

○山下座長　ありがとうございます。

後藤先生がおっしゃることはもっともなのですが、妨害と解約料の問題とか、情報提供の問題とか、切り分けが難しい場合も恐らくあるのだらうと思いますので、今の段階ではあまり限定せずに議論をするということもあり得るかなとは思いますが、いずれにしましても御意見として承るということですかね。

それでは、北島委員からお手が挙がっていると思いますが、よろしくお願いします。

○北島委員　ありがとうございます。

スライドの9～11ページの検討事項 i、ii、iiiともに行政上の措置をどうするかということが挙がっておりますので、私からその点についてコメントさせていただきたいと思います。

一口に行政上の措置と言いましても様々な性格がありまして、どれを導入するかを考える際には、何を達成することを目的とするかという点をまず考える必要があるかと思います。ここで挙げられているものをもって見ましても、いろいろな性格のものが含まれております。

まず指導、勧告ですが、これは行政指導で、法的には義務づける形ではないけれども、一定の作為、不作為を求める行為ということになります。

助言ですが、これも作為、不作為を求める行政指導とも位置づけられるものなのですが、法解釈が分かれている場合に技術的な助言をするという性格を持つ行為の場合もございます。

それから、公表ですが、これは消費者ないし一般市民に対する情報提供のほか、事業者に対する制裁としての性格を持つこともある行為となります。

あと、ここでは例示されていないのですけれども、より積極的に作為、不作為を義務づける行政処分という手法もございます。

このように、行政上の措置と言ってもいろいろな性格を持つものがありますので、そうした措置が何を目的としていて、何を達成するかによって導入する措置を考えていかなければならないのではないかと思います。

また、この措置ですが、それが個別的案件を解決するものであるのか、あるいは広くその事業者の行為を改善させて公益を実現するということを目的とするのかという視点も重要かと思います。個別的案件を解決するようなもの場合には、被害を受けている消費者にその措置を求める権利を積極的に付与することも考えられるかと思います。もっとも、全体的な改善を目的とする場合であったとしても、一般消費者に対して措置を求める調査の端緒となるような申出をすることを認める規定を置くことも考えられるかと思います。

私からは以上です。

○山下座長　ありがとうございます。重要な御指摘だと思います。

それでは、西内先生、お願いいたします。

○西内委員　（１）の i あるいは ii のところなのですが、お話で前提とされていたかもしれないのですが、今まで解約の話が中心になって議論されてきたと思うのです。ただ、i の中には適切に契約内容を変更する、あるいは、変更方法を提供するという事なども含まれています。このこととの関係で少しコメントというか意見を述べさせていただこうと思います。

つまり、変更と言っても、個別的に特殊な契約を提供するとか特殊な履行内容を提供するとかということまで行くと、消費者相互の平等性が失われて、かなり消費者にとって不公平感が生じるように思われます。このことを考慮すると、変更と言っても恐らくは一律の形で、ある程度メニューを増やすとか、例えば携帯電話であれば、複数の契約プランというものを提供するなどの形が、ここでいう変更として考えられるのかなと思うわけです。

こうした変更の理解との関係で、既に提供されているようなほかの契約プランに変更したいということなども恐らくは契約内容の変更に含まれるのかなと思われることになります。このことを、先ほど来議論されてきた解約料の話につなげると、形式的にはほかの契約プランに変更したいとなった場合には、一旦解約した上で新規に契約せざるを得ないという形になっていることもあるのだと思うわけです。こうした法的構成を前提に変更について事業者側の配慮を求めるといった場合、一定の場合には変更手続において解約料をその場合には取らないとか、その上で新規に契約する場合の契約手数料についてもある程度配慮を求めるとかといった形での保護が考えられるのだと思う。以上のような意味で、変更といっても、一旦解約した上で他のプランとか他の契約内容に変えるということなども含まれるのだということを念頭に議論を進めるべきではないのかなと思ったというのが意見の内容となります。

以上となります。

○山下座長　ありがとうございます。非常に具体的な場面について、より積極的に検討を進めていくことが必要になるかなと感じました。

それでは、大屋委員、お願いいたします。

○大屋委員　大屋でございます。

（１）の i、ii の類型ですが、こういう継続的な契約それ自体が直ちに悪質性のあるものではないという後藤委員の御指摘はそのとおりだと思います。だから、なぜこういうものができてきたかという、事業者にとっても安定的な収入が見込めるし、消費者にとっても利用料とか支払いの上限が予定できるとか、一々契約締結行為をする必要がないということで、簡便であるということで普及してきたものだと思うのですけれども、ポイントは、やはり合理的な個人にとっては正当である場合があるというところにあると思っ

ております。

というのは、同じ継続的な契約のケースでも、継続購入のような物品が送られてくるケースだと自分が契約中であるということは定期的に、自動的にノーティスされるわけで、そろそろ要らなくなったなと思ったら、その時点で変更するとか中止するというのをやりやすいわけですが、デジタルサービスを対象とする契約ですと、契約したこと自体あるいは自分が一定のサービスを享受し得る状態にある、その対象として対価を払っているということ自体を失念するケースが出てくる。したがって、これについてはやはり定期購入の場合と同様のある種のノーティス、通知義務を課していくということは考え得るのではないかと思うところであります。

だから、これ自体はグッドプラクティスのほうであって、必ずしも義務づけをするような対象ではないと思いますけれども、例えばNetflixはサブスクリプション契約を結んでいて、一定期間利用がないと、あなたは契約を続ける必要がありますかというノーティスをしてくるのです。要するに、消費者のニーズにかなわなくなる場合の中に、消費者側のニーズが変動するということもあり、それを事業者が探知し得る端緒として利用されていないということが存在するという点も視野に入れて考えるといいのかなと思っております。

以上です。

○山下座長 ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

カライスコス委員、お願いいたします。

○カライスコス委員 ありがとうございます。

まず、9ページと10ページで挙げられている場面については、何かしら対策を取る必要があるのであろうと考えております。その理由については事務局からも説明があったとおりですし、あと、具体例として挙げていただいている16ページ以下の参考事例からもその必要性が示されているのではないかと考えております。

では、具体的にどのような対策が考えられるのかということで、どのような可能性があるのかというお話をいたしますと、まず9ページ目のほうから申し上げますと、消費者に一方的に契約からの離脱を認めるという特定継続的役務提供の中途解約に似たようなものを設ける、解除などを認めるというのが1つ目です。

2つ目は、そもそも長期的な拘束をする契約を禁止する。一定の期間以上の拘束については、これを法的には認めないということが考えられます。

また、3つ目としましては、長期的な拘束を理由とする契約条項の禁止ということで、拘束力の側面からの対策をするということです。

4つ目が、解除があった場合に、これは既に先ほど後藤先生からお話がありましたが、消費者契約法9条のように事業者からの損害賠償、請求に制限をかけるということです。

5つ目が、これもたびたび挙がってきていますが、事業者側にこのような場合については説明義務を課すとか、あるいは今、まさに大屋先生がおっしゃられたような予防策とし

ての通知義務を徹底させるということが考えられます。

最後に考えられるのが、垣内先生がおっしゃられた消費者契約法10条などとの連携のところなのですが、予防策として約款の作成の際に一定の規制をかけるということです。約款規制を通じてする、民法上及び消費者契約法上の不当条項規制で一つの規制をかける、あるいは前に挙がってきていた配慮義務という形で何か義務を課すということが考えられるかと思います。

これらのうち、長期的な拘束をする契約を禁止するという可能性につきましては、不当に長い期間、何が不当に長い期間なのかというのは難しいところはあるかとは思いますが、不当に長い期間あるいは一定の期間以上の拘束をするような契約については、締結を禁止するのか、あるいはそのような契約を締結したとしてもそれを無効として取り扱う、あるいは契約自体を無効とするのではなくて、不当に長い期間を定める契約条項を無効とするというような様々なバリエーションが考えられるかと思います。

説明義務と通知義務というところにつきましては、一定の期間以上の契約の場合には事業者側に特別の説明義務を課すということが法律上考えられますし、また、自動更新の場合には更新前に必ず通知をするという通知義務を課すということもありえます。これは自動更新の場合に限られず、最近問題が多発している無償契約が有償になるような場合、例えばお試し期間が設けられていて、その後、自動的に有償契約になる場合にも、有償に移行する前に通知義務を徹底する、通知義務を課すということも考えられるかと思います。

最後に行政措置についての項目ですが、明確に不当な行為が事業者側からされている場合には、先ほどほかの先生からも少しお話がありましたが、行政処分、改善命令などの対象にしてもよいのではないかと考えております。それ以外の場合には、少なくとも勧告、公表、指導、助言などが望ましいのではないかと考えております。

10ページの場合にも、基本的には今申し上げた同じ項目になるのではないかと個人的には考えております。恐らく問題状況にそれほど大きな差異はないのではないかと思います。ただ、1つだけ変わる項目があると思います。先ほど2つ目の項目として長期間拘束をする契約を禁止する、契約自体無効にするのか禁止するのか、その期間を定める情報を無効にするのかというバリエーションを申し上げましたが、こちらの場合には長期の契約が問題になるのではなくて、恐らく事情が変更した、条件が変更したとかということが問題になって、それがやむを得ない理由があるのかとか合理的な理由があるのかというような修正を加えることになるのではないかと思います。

長くなって申し訳ありません。以上です。

○山下座長 ありがとうございます。詳細に検討していただきまして、今後の参考にしたいと思います。

このテーマはよろしいですか。

後藤先生、お願いします。

○後藤委員 2回目で恐縮です。

今までの各委員の御発言を伺って、大変勉強になりました。いろいろな問題があるのだということが分かったわけですが、対策をどう打つかというときに、どういうことを問題視しているのかということはやはり整理しておくべきなのかなという気がしております。先ほど申し上げた、解約しようと思ってもできないという場合のほか、9ページ、10ページで問題とされていることの中には、自動的に続いてしまって、それが切れないという話もあるのかもしれないのですが、消費者側のニーズが変化というのは少し曖昧過ぎるような気がしております。ニーズが変化して使わなくなるというときに、期限が来たので更新をせずに切りたいという話と、まだ期間中なのだけれども要らなくなったという場合というのは、やはり契約法的には中途解約なのか更新のタイミングなのかというのは大きな違いであるように思います。また、先ほど合理的なものもあるのではないかと申し上げた解約料というのは、基本的には中途解約の場合に問題となってくるものと理解しています。

そうすると、少なくとも自動更新されてしまう場合には、その前にこのまま続けますかということを開きましよう。特に先ほど大屋委員から御指摘があったような、一定期間利用がない場合に、もう要らないのではないですかというのをリマインドしてあげるのは合理的なことかと思えますし、自動更新条項が入っていたとしても、そういうことを要求するのは、もともとの予定した期間が来たというだけですから、それは十分あり得る話なのかなという気がしております。

また、無料期間、1か月無料というのが終わって次から有料になりますよというのも、それも1か月目は無料であるのが今度は有料契約に移行するという話で、これも月単位での契約の更新ということになることが多いと思いますが、そのタイミングで条件が変わるという場合に、変わりますよということを情報提供させるというのは、おかしくない話ではないような気がいたします。このように割と取り込みやすい措置と、両当事者が合意して固めた内容をオーバーライドして解約を認めるといった措置との間には、差異があってしかるべきかと思えます。ニーズにかなわなくなるというのは消費者にとって問題があるということはよく分かるのですが、どこを問題視しているのかをもう少しクリアに、もう少し分析的に考える必要があるかなと思います。

また、自動更新の停止や中途解約は、最初は必要だったものが要らなくなったという場合の話かと思うのですが、後のほうの事例で挙げられている、ジムに申し込んだけれども翌日退会すると言ったというのは、退会ができなかったという話として挙げられているのかとは思いますが、これは最初から要らなかったものをクーリングオフしたいという話であって、それは中途解約や自動更新を止めたいというのとは少し質が違う問題かなと思っております。こういう場合には、最初に契約するときに、この前の会合でお話のあった、焦らされるとか困惑させられるという状況があることが多いのではないかと思います。現実の事例では、いろいろな問題が重なって出てくることが多いのかとは思いますが、制度をつくる上ではそこはちゃんと切り分けていくべきかなと思いました。

以上でございます。

○山下座長　ありがとうございます。

制度としてつくるという場合の切り分けは、やはり法律的な観点が非常に重要になりますので、先生方のお知恵を今後も拝借したいと思います。

よろしいでしょうか。

それでは、次のiiiに移る前に、加毛委員が10時で御退席の予定だということですので、今のテーマ以外のそこから先のテーマについても含めて、加毛委員からもし何かございましたらまとめて御発言をお願いいたします。

○加毛委員　ありがとうございます。御迷惑をおかけして申し訳ありません。

まず、(1) iii②の1つ目の中黒のところに関わりますが、消費者契約法3条1項4号は解除権行使に関する情報提供の努力義務を規定するものの、この規定は約定解除権に関するものであり、そのような限定が適切であるのかについて検討する余地があると思います。

また、「事業者が簡便な離脱方法を提供すること」を事業者に義務づけること、ないし努力義務を課すことが考えられるかという検討項目があがっているのですが、「簡便な離脱方法」という表現については注意が必要であるように思われます。先ほどの垣内先生の御発言にも関わるように思いますが、民法上は、意思表示が相手方に到達すれば、意思表示の効力が生じるので、解除権が行使されたことになります。もっとも、意思表示の到達を証明するのが困難であるという問題があり、内容証明郵便を利用するなどの対処方法が考えられないわけではないのですが、それを消費者に求めることが合理的であるとはいえないと思います。そこで、例えば、ウェブサイト上で契約を締結する場合には、解約についてもウェブサイト上で行う方法を提供するのが合理的であると考えられるのだと思います。

他方で、そのような方法を提供することは、事業者にとってもメリットになる場合もあるように思われます。消費者の解約の意思を適切に確認する手段になり得るからです。そうしますと、「簡便な離脱方法」というよりも、消費者・事業者の双方にとって「合理的な」離脱方法の提供を事業者に求めることを検討すべきなのではないかと思う次第です。

続きまして、ivについてですが、これは重要な問題提起であると思います。超高齢社会・多死社会を迎えている我が国において、消費者が死亡した場合における権利義務の承継や解消が重要な課題となっています。その一方で、日本の相続制度には、公的な介入の度合いが小さく、基本的に私的な領域に権利義務の承継を委ねているという特徴があります。その結果、相続における権利義務の承継が秩序のない形で行われ、それが紛争につながるといった事態を生じさせているように思います。そのような中で、消費者と契約をする事業者に、当該消費者が死亡した場合に関する権利義務の承継・解消についての取り決めや仕組みを用意してもらうことが、重要であると考えられます。

ただ、どのような仕組みが必要であるかは提供される商品・サービスによって異なるだ

ろうと思います。商品・サービス提供の対価として債務が発生し、それを相続人が承継する場合には、契約の解消が主たる問題となります。他方、消費者が事業者に対して財産的な権利を有する場合には、当然権利が相続人に承継されることを前提として、その実現のためにいかなる手続を設けるべきであるかを検討する必要があるだろうと思います。

一般に、事業者が相続の局面を想定して商品・サービス提供をすることは想定し難いように思われますので、消費者契約法に努力義務に関する規定を設けることは、そのアナウンスメントの効果も含めて、積極的に検討すべきであると考えています。

次に、2の「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」についても、一言申し上げたいと思います。

この問題については、最初のところでおまとめいただいたように、消費者が情報、時間、アテンションを提供する場合は無償契約に該当するという理解が、これまで相当に有力であったと考えられます。消費者契約法は、無償契約も適用対象となるものと解釈できる規定ぶりであるように思われますが、それでも、主として有償契約を念頭に置くものであるというのはそのとおりであると思います。

そのうえで、24ページの検討事項として挙げられている対応は、主として消費者による情報、時間、アテンションの提供をどのように合理化するのか、ないしはそれらを提供させないようにするのかに着目したものであると考えられます。他方、消費者が情報、時間、アテンションを提供した結果として事業者から受けるサービスについても検討の必要があるのではないかと思います。そのようなサービスは、無償で提供されるものであるため、法的保護の必要性が低いと考えられてきたのではないかと思います。

その具体例の一つとして、パラダイムシフト専門調査会では、いわゆる企業ポイントが議論の対象とされました。これは、無償で発行されることから、資金決済法上の前払式支払手段には該当しないと解釈されています。しかし、広範囲に利用できるポイントが登場する中で、それに対する何らの規制も必要ないのかという問題があります。ポイントは無償で提供されることを理由として、発行者が一方的に利用範囲や利用条件を変更することを認めてよいのか、変更条件を課すべきではないのかなども問題となります。このような問題も、アテンションエコノミーとの関係で注意しておく必要があるように思います。

ありがとうございました。

○山下座長　ありがとうございました。

それでは、続けていきたいと思いますが、今、(1)のi)、ii)が終わりましたので、(1)のiii)解約妨害の部分について委員の皆様から御意見をいただきたいと思います。

御発言は挙手でお知らせください。

大屋委員、お願いします。

○大屋委員　大屋でございます。

これは先ほど垣内委員から御指摘のあった消費者契約法10条の問題とも重なるところがあるのですが、例えば解約を困難にするような契約条項が存在する場合には消費者契約法

の問題に従来からなっていたのだと思いますがという話になります。

私はもともと情報領域の人間ですので、この問題というのは割とずっと見てきたところでして、iモードの時代からいかに解約を困難にするかということを事業者さんたちは一生懸命工夫を凝らしてきたわけです。解約のメニューをメニュー階層の奥深くに隠して見つからないようにするとか、事業者の住所、氏名、内容証明郵便を送るにしても送り先を隠して見えにくくするとか、小さい文字にするとか、あるいはeコマースで加入はオンライン上で完結してできるのだけれども、解約には別の手段を使わないといけなくする。例えば電話をかけないと解約できないというのは、これは私も引っかかったことがあります。て、イギリス滞在中にイギリスの新聞のサブスクリプションをオンラインで締結した。帰国して不要になったので解約しようとしたところ、解約するためにイギリスの電話番号が必要であったというような手にかかったことがあります。て、これは最終的にはクレジットカードの失効を待つということに追い込まれてしまったので、やはりこういうものを放置しておくわけにはいかないであろうと。つまり、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的規制というものを事業者が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ということなのだと思います。

eコマースの世界というか情報の世界では、その取組の典型例とされてきたのがクリック・トゥ・キャンセルと呼ばれるような規制でありまして、カリフォルニア州法とか、あるいは連邦FTCも導入した、手続違反で無効化されたみたいですが、要するにサブスクリプションであれば、加入の際にかかる手間と同等以下で解約できなければいけないと。例えばカリフォルニア州法はこんな話だったと思いますが、要するにサブスクリプションを始めるときに求められるクリック回数以下で解約できないといけないというような規制をする。あるいは先ほど申し上げたような加入と異なる手段での解約しか認めないようなことは許さないというような規制をするという手法が利用されてきましたので、こういうものは念頭に置いてもいいのかなと思います。

このことは情報領域では結構知られていまして、やたらめったら解約しにくいサブスクリプションに入ってしまったときは、差し当たり自分の住所地をカリフォルニアにしてみる。そうすると、カリフォルニア州法が適用になると思った事業者が簡便な勧誘手続のほうに誘導するというようなことがありましたので、やはりそういう規制を参照にして我が国でも対策をすべきではないかと思うところです。

以上です。

○山下座長　ありがとうございます。

そのほかにいかがでしょうか。

後藤委員、お願いいたします。

○後藤委員　ありがとうございます。

今、大屋委員から御指摘のあったところは私も非常に気になっているところでありまして、オンラインで申し込めたのに電話をかけないと解約できないという場合、電話は大体

つながらないというのが定番でして、こういったやり口は、やはり止める必要があるだろうと思っております。クリック回数まで規制するのはいかにもカリフォルニアらしいなという気がしなくもないのですけれども、少なくともオンラインで受け付けることを義務づけるべきでしょうし、オンラインでフォームを送ったのだけれども、その後本当に解約できたのかが分からなくて不安になる、そういう場合は大体請求が来て分かったりするわけですが、そういうことがないようにする必要があろうかと思っております。

それが先ほど加毛委員からも御指摘のあった合理的な離脱方法という話につながるのかとは思いますが、契約した時と同じ手法で解約することを義務づけるとして、カリフォルニアの場合には、それに違反した場合に州がちゃんと制裁を加えるというのがあって、業者側もそれを気にしているというところがあるのかと思っておりますので、このエンフォースメントをどう担保するかという問題が非常に重要になってくるかと思っております。

また、解約方法を結局提供しなかった場合には、民事上はどういうことになるのかというところも詰めておく必要があると思っております。解約の意思は持っているのだけれども、業者にコンタクトできないという場合、解釈の意思をどう伝えたかという証拠をどう確保するのかという問題もありますので、恐らく何か仕組みを作ってあげないといけないのかなという気がしております。また、それを伝えたときに、効果としてそれで解約をしたことにするのか。ここに書かれているのは、そうではなくて損害賠償責任の特則ということで、恐らく損害賠償額について解約を申し出た時以降に取られてしまった利用料プラスアルファを取るということなのかなと思います。しかし、損害賠償責任ということだと、どこかで額を決めることになり、しかし契約がその後も続いてしまった場合は問題が本質的に解決しないので、結局解約を擬制するというところまで踏み込まなければいけないのかなという気がしています。それは意思表示が届いたかどうか、意思表示の受け取り方というところについての民法の大きな修正になるかもしれませんが、そこを手当てしないと最後が止まらないのかなという気がしています。

また、こういう事業者は恐らくオンライン上の事業者が多いのかなという気はしているのですけれども、一定のプラットフォームを利用しているのであれば、プラットフォーム事業者に対してそういう悪質な事業者は排除しろということを要求していくということも考えられるかもしれません。これは、プラットフォーム規制として、かなり大きな話になるのかもしれませんけれども、そこまで考えていくというところも一つ御検討いただければと思います。

以上でございます。

○山下座長　ありがとうございます。

そのほかはいかがでしょうか。

カライスコス委員、お願いいたします。

○カライスコス委員　ありがとうございます。

まず大前提としまして、11ページには2つの場合が入っていると私は理解しております。

1つ目は事業者側が何か、言ってしまうと変なことをしているのではなくて、消費者側の事情によって解約が困難になっている場合です。2つ目が、先ほどからお話が出てきている、事業者側が解約を妨げている場合なのではないかと思います。

まず、1つ目の消費者による解約が困難である、消費者側の事情として、私もそういうことがあったのですけれども、解約をしたいのだけれどもパスワードが分からないとか、あるいは情報が分からないという場合につきましては、これは困難だということを消費者が示した場合には特別な解約のルートを義務づけるということがまず考えられるかと思います。つまり、一般的な解約ルートとは別に、このような場合には、それが先ほど出てきた「簡便な」ということになるのかと思うのですが、簡単な方法で解約ができるようにするということです。あるいは解約という形ではなくて、消費者側からの解約は困難だということが示された場合には、支障がないものであれば事業者側からそのサービスを停止して請求も休止するということも考えられるかと思います。

特に問題なのが恐らく先ほどから出てきている2つ目の場合だと思います。まず大前提として、ダークパターンとかでもよく言われていることなのですけれども、片方の選択肢が「はい」であればもう片方の選択肢は「いいえ」であるべきで、「はい」が「設定を変更する」というアンバランスな選択肢しかそもそも提供しないということに問題があるのだということです。それが恐らく先生方がこれまでおっしゃってこられた、入会自体はオンラインでワンクリックでできるのに、それを解約しようとする電話のみというのは、そこはそもそもバランスが取れていないという話なのだろうなと思います。たとえダークパターンではないとしても、ダークパターン的な発想に基づくようなやり方だということかと思います。

そこで、大屋先生からアメリカのお話がありましたが、御承知のとおり、EUでもドイツ、フランスでは2回のクリックで解約ができるようにしなさいとか、3回のクリックでできるようにしなさいということで、クリック数を定めて法律上解約をサブスク契約については必ず認めるということを義務づけています。ドイツの場合には、EUでは通信販売でもクーリングオフができるので少し日本とは違うのですが、クーリングオフボタンというものを必ず見えやすいところに置きなさいとか、解約ボタンというものを見えやすいところに置きなさいということで、単に権利を付与するだけではなくて、権利行使を容易にさせるというデザイン上の義務というのでしょうか、設計上の義務みたいなものも一歩進んで課しているという流れがあります。

その中で、ならば日本では何ができるのかということですが、そもそも意図的に解約を妨害しているというようなことは端的に禁止するべきなのではないのかと思っています。明確に、例えばオンラインで契約はできたのに、解約は店舗に来て身分証を出しなさいというようなものは、そもそもこれは禁止をしても支障がないのではないかと思います。他方で、解約自体をあからさまに妨害しているわけではないのだけれども、解約ボタンがどこにあるのか分かりにくいとかというような類型については、既存の規定との整合

性を考えると、解約・解除手続の説明義務を強化するという方向性になるのではないのかと思います。

あと、ここでもやはり最後のバックアップとして、これまで出てきたような配慮義務をどのように使うのかということも検討に値するのではないかと思います。

以上です。

○山下座長 ありがとうございます。

北島委員、お手を挙げておられますでしょうか。お願いします。

○北島委員 ありがとうございます。

例として、解約をしたくて申し入れをしても思いとどまるように求められるなどして、なかなか受け入れられないという状況が挙げられております。これは実は国や地方公共団体の行政活動においても類似の場面がございまして、例えばよく知られている場面といたしましては、事業者がマンションなどを建てようとして建築確認申請をしたのに、行政庁のほうで周辺住民の反対運動などを考慮して周辺住民と話し合うように行政指導をして、問題が解決するまで建築確認の申請を処理しないというような場面がございまして、これは国や地方公共団体の行政指導に関わる問題なのですが、何らかの事情で本来なされるべき申し入れの処理が行われないという点では同じような場面であるという印象を持ちました。

こういった問題に対しまして、行政手続法は33条で申請に関連する行政指導という定めを置いておりまして、具体的には、条文を読み上げますと、申請の取下げまたは内容の変更を求める行政指導にあつては、行政指導に携わる者は申請者が当該行政指導に従う意思のない旨を表明したにもかかわらず、当該行政指導を継続すること等によって当該申請者の権利の行使を妨げるようなことをしてはならないと定めています。解約の申し入れに関しても、こうした規定を置くということも考えられると思いました。

私からは以上です。

○山下座長 ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

垣内委員、お願いします。

○垣内委員 垣内です。

今までの委員の先生方の発言と重なるものになりますけれども、先ほどカライスコス委員が言われましたように、何らかの一般的な禁止規範のようなものを設けるということは選択肢としては考えられるのかなと。何か合理性のない形で解約を困難にするようなことは認めないというようなことを一般的に明らかにするというのも選択肢としては一つ考えられるように思います。

また、それに反して非常に解約を不合理に困難にしているというような場合に、これは後藤委員が指摘をされたところですが、ある範囲においては解約の効果を認めると言うべき、効果として認めるべき場合がないのかどうかというようなことも考える必要があるのではないかと考えております。

最初に前の論点との関係で消費者契約法10条について質問しましたがけれども、はっきりとした条項の形で制限されていれば、これは10条の関係でも問題になってくるということかと思いますが、大屋委員の言われたようなアーキテクチャーというか、そういった仕組みとして事実上難しくなっているというような場合でも、趣旨としては10条のような考え方に基づいて何らか規制をしていくということは十分考えられるのではないかと感じますので、そういった方向でさらに検討していくということがあるのではないかという感想を持ったところです。

以上です。

○山下座長 ありがとうございます。

そのほかはいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、続きまして12ページです。（1）のivにつきまして御意見、御質問等をいただきたいと思います。よろしくお願いします。

大屋委員、お願いいたします。

○大屋委員 大屋でございます。

これについても、先ほどの後藤委員の御指摘と重なると思うのですが、大きく分けると2つパターンを考えることができるだろうと。つまり、片方には例えばサービスを利用したり享受したりすることができるという状態を付与するにとどまる契約があり、この場合は切れたとしてもいつの間にか使えなくなっているだけであって、使いたいのであれば再度加入すればよいと言ってもよいと思います。

他方、先ほどポイントサービスの話が出ましたが、何らかの積極的な価値が事業者の下に存在して、それが契約切れによって失効してしまうというようなケースを考えた場合には、これは失われる法益が大きいので、かつ回復不能になる可能性がありますので、より厳しく見ていかなければいけないということになろうと思います。

なので、例えば通知義務を課すとしても、後者については積極的な義務を課すのに対し、前者については努力義務みたいなもので済ませるといったことは考えられるかと思いました。

ただし、前者の場合でも、サブスクリプションサービス一般に起きることではあります。継続的な利用データの集積自体が積極的な価値を持つということがある程度あり得る。典型的にはリコメンデーションの根拠が蓄積されて、提示される内容が洗練されてくる。より価値の高い候補の提示が行われるといったことがありますので、放任すればいいというわけではなくて、やはりある程度事業者の側において配慮するインセンティブを与えておいたほうがよいと考えるものです。

以上です。

○山下座長 ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

後藤委員、お願いいたします。

○後藤委員　ありがとうございます。

これはなかなか難しい問題もあるのかもしれないのですけれども、問題としては、大きく分けて2つ、まず事案のほうでも挙げられていましたが、亡くなった被相続人が何を使っていたかが分からないところ、利用料金が引かれて初めて分かるという問題で、そもそも何を止めればいいかが分からないという話と、もう一つは、何を使っていたかは分かっているのだけれども、相続したので名義変更や解約をしたいと言ってもなかなか応じてもらえないという手続の話、この2つがあるのかなと思います。

1つ目の存在を知らないという問題については、情報がどうやって来るようにするのかというところで、恐らくデジタル上の契約が多いのかと思うのですが、例えば携帯のキャリア決済でやっているものですか、あとはGoogleやAppleなどのプラットフォームを使っているアプリなどであれば、大元の携帯・スマホ、もしくはGoogleアカウントなどへの連絡がいったときに全部情報が伝われば、それでかなり多くのものがカバーできるのではないかという気がするところではあります。問題は、そういったものを果たしてプラットフォームさん側でやってくれるのかどうかということかだと思います。

その上で、解約とか引き継ぎをどうすればいいのかというときに、これは相続が発生したので契約関係が引き継がれているはずだということが言えればよいのだとすると、被相続人が亡くなられたという死亡証明と、あとは相続人ですということは戸籍から分ければ、それで本来は足りるような気もするのですけれども、それ以上に何かが要求されたりしてどうすればいいかが分からない、各事業者によって要求されるものが違ったりして対応に苦慮するということがあるのかもしれないかもしれません。そうすると、そういう場合に何を出せばよいのかという手続が標準化されたらいいのかなという気がするところではあります。

特に言われるのは、金融機関などにおいて、まず本人確認をしなければいけないという話と、あとは相続財産をどう分けるかというときに、金融機関側は巻き込まれたくないでしょうから、簡単に一人が言ってきたところで対応することはできないというときにどうするかという話で、金融機関とか、各種のポイントはそのまでの金額になることがあるのかは分かりませんが、資産性があるものについては別扱いになることは認めざるを得ないのかと思います。やはり事業者によって多少の区別が必要かと思うのですが、何が必要なのかということを各タイプによって標準化していけると、その情報が伝われば消費者側としても何をすればよいのかということが分かるのかなという気がいたしました。

事業者側も、特に金融機関については、ちゃんと対応しようとする慎重にならざるを得ないということは、それはそれで合理性もあるところかと思いますが、金融庁さんとも連携の上で、画一的にこれをやればよいのだということが消費者に分かるようにしていただくことが一番重要なのかなと思った次第です。

以上でございます。

○山下座長　ありがとうございます。

金融資産の問題というのは非常に大きな問題ですが、金融庁との関係もあると思います

ので、ちょっと別扱いが必要かもしれません。

西内先生、お願いしてよろしいでしょうか。

○西内委員 これは民法の問題であってこの検討会の検討事項ではないのかもしれませんが、前提として、相続の場合に解約自体が困難になる一つの問題としては、共同相続の場合などに、契約法上の原則からすれば、相続人全員で解約する必要性があるのではないかとも思われます。しかし、サブスクなどのように被相続人特有のニーズによって契約がされていたというタイプの契約、さらにそのうちでも一定のものに限るのかもしれませんが、こういったものに関しては、相続人の一人とか過半数などで解約できるようにすることも考えるべきではないのかなというのが、思いつきとしての意見となります。そうでないと、解約しようとしても相続人全員がそろわないといけないという意味で困るのかなと思ったという次第です。

以上です。

○山下座長 ありがとうございます。

そのほかはいかがでしょうか。

カライスコス委員、お願いします。

○カライスコス委員 ありがとうございます。

先ほどからのお話を伺っていて、ここも少し場合分けが難しいなと思ってしまして、御指摘があったように、ポイントとかの資産性があるものについては少し特別な扱いが必要なのだと思います。多分消費者契約法の視点から規制をかけたいのは、本人が亡くなった後にもずっと請求がされ続けてサービスが使われていない場合にどう対応するのかということかと思っています。ただ、これも2つの場合があると思ってしまして、一つが事業者側に死亡という事実が伝わっていないのだけれども、一定期間利用はないというような場合です。もう一つは、死亡の事実は伝わっているのだけれども、それでもなお解約が困難であるという場合なのではないのかと思います。

前者については、先ほどからお話がありましたように、一定期間利用がない場合には通知をして、継続しますかとかというような対応を義務づけることが考えられるかと思います。他方で、死亡があった場合に、その事実が伝わっている場合にどうするのかということなのですが、一つの方法としては、死亡後の一定の期間で契約が終了するというような定めを置きつつ、もし相続人がそれを承継したいのであれば、その手続をすることを可能にするというような形がまず考えられるかと思います。あるいは、相続とか死亡があった場合には、法律上一定の期間は契約を休止させておいて、いろいろな関係が整理された後に再度開始するかしないかというような猶予期間みたいなものを与えるということも考えられるかと思います。

それ以外にも、先ほど話があったようにいろいろなサービスとかありますので、3つ目の方法としては、法律上、これ以外の方法でも結構だと思うのですが、相続があった場合には消費者契約についてはこのような処理をしますということを定めるというやり

方。さらには、法律上定めるのではなくて、相続、死亡があった場合の処理については事業者が約款で必ず定めてくださいというような形もあり得るのかと思います。そのほうがサービスの実態とか業界の実態に応じた対応が可能になるのではないのかと思います。あるいは、前回出てきた配慮義務の中での処理ということも考えられるのではないかと思います。

あと、18ページの生命保険契約の制度は非常に参考になると思ってしまして、特にオンライン、デジタルの場合に、家族の登録をしておいて特別の権限を与えるというようなことは、ある程度法制度としても考慮、検討に値するのではないかと思います。

以上です。

○山下座長 どうもありがとうございます。

ほかはいかがでしょうか。

垣内委員、お願いいたします。

○垣内委員 垣内です。ありがとうございます。

先ほど来、いろいろな場合があり得るということで分類をいただいていて、そのとおりにかなと思っているのですが、基本的にはiiiまで出てきた話と重なるところが結構あるのかなという印象を受けておりまして、一つには、そもそも相続人がどういう契約があるのか分からないであるとか、これは突然請求が来るという債務が承継されているという場合と、本当はポイント等があったりするという財産的価値のあるものが承継されているという両面があったと思いますけれども、しかし、それがよく分からないという場合で、これについては何らか事業者側から情報が提供されるということが重要かと思われまして、この問題はiとかiiのところに出てきた長期継続している契約の場合に何か期間を置いて情報を通知するとか、こういったことがなされると相続が発生した場合でもそういったことで早々が気づくというようなことにつながっていくということがあるかと思いますので、その規律と重なってくるところがあるのではないかと。

逆に事業者のほうで相続が分かることもあるのかもしれませんけれども、分からないことも結構多いのではないかと思いますので、相続ということに着目して何か対応を求めるという場合には、事業者側で実際かなり困難が想定される場面もあるのかなという気がしますので、そう考えますと、i、iiあたりの延長線上の話ということが一つ考えられるように感じたところです。

それから、もう一つの場面として、後藤委員が言われた契約の存在が分かったけれども解約が実際に難しいという場面については、これも解約困難というiiiの場面のようなところで考えられる規律の延長線上にあるということで、その辺りはこれまで議論してきたところと重なるのかと思いますけれども、それとともに、共同相続で利害関係人が増えるであるとか、そういった特殊性があるところで、何らか事前に対応ができるのであれば、それはしておいていただいたほうが望ましいということはあると思いますので、特に継続性があったり、契約時から実際の履行までに非常に長い期間が想定されるような契約類型のものに

については、その間に相続が生ずるということも考慮しつつ、何らかの合理性のある用意をしておく。これは例として保険会社等の例が挙げられていたわけですが、そういったものを参考にしながら、そういった取組を何らかの形で促進する。これは努力義務ということもあり得るかもしれませんが、それ以外の形もあり得るかもしれませんが、そういった幾つかのレベルで考えていくという話なのかなと感じました。

以上です。

○山下座長　ありがとうございます。

そのほかはよろしいでしょうか。

大屋委員がお手を挙げていますか。大屋委員、お願いします。

○大屋委員　付加的な発言です。

この問題については、要するに事業者側が本人確認を行っているケースと行っていないケースを分けて考える必要があると思っています。つまり、後藤委員がおっしゃったような金融のケースであれば確実に本人確認をやっているはずなので、取引相手はこの人であるということは事業者が把握していて、したがって、死亡の事実を通知すれば何らかの方法で処理が始まるということになると思うのですが、e コマースの場合、例えばAmazonでもそうですし、Netflixでもそうですが、事業者側が確認しているのは支払手段の存在とメールアドレスの到達可能性ぐらいでして、物理的な一人の人間が複数のアカウントを利用するとか、複数の個人が一つのアカウントを利用するということが排除されていない状態にあります。したがって、事業者としては、この人なのですからと遺族から通知をされても、それが本当かどうか確認する手段がないということになるわけです。かつ、これを排除して必ず本人確認を行えとすることには別の側面からの問題性が出てくる。つまり、情報消費の場面において利用者が誰かということが必ず特定される状態というのは、これはまたそれで望ましくないことになりますので、そうなってくると、カライスコス委員も言及されていましたが、保険会社の取組のように、要するに利用者側において万が一のことがあった場合に、この人が権利継承するのだと。あるいは副次的に権利行使するのだという者を定めておくような仕組みというのを導入することが解決策になっていくだろうと思われます。だから、このような仕組みづくりを本人確認をしないサービス提供事業者においては例えば努力義務なりなんんりの形で促していくということがよろしいのではないかと思います。

以上です。

○山下座長　ありがとうございます。

ほかはよろしいですか。

北島委員、お願いいたします。

○北島委員　この問題につきましては、後藤委員が御指摘になられたように、気づかないという問題と、気づいているけれども手続をどうするかという大きな2つの問題があると私も思っていました。

気づかないという問題に対する対応策として、不使用について通知するという方法が一つ考えられるというところですが、メールのような簡便な手段があればよいのですが、必ずしもそうではない場合、あるいはメールなどが届かないような場合もあるかと思います。そのため、そうした契約の状況を確認するという作業が事業者にとって過度な負担にならないようにするということも考慮しなくてはならないと思います。

後者の手続の問題に関しましては、後藤委員がまさに御指摘になられたように、事業者によって求められる書類が異なるということが大きな問題になるかと思っています。手続の標準化というのが重要な考慮点になるかと思っております。

以上です。

○山下座長 ありがとうございます。

ほかはよろしいですか。

ありがとうございました。

(1) のivにつきましては非常に活発な御議論をいただきまして、若干時間を超過してしまい、失礼しました。13ページのvの知らないうちに解約されてしまう場合についても一緒に御議論していただくという議事進行予定になっていたのですが、もしかしたら言い忘れたかもしれません。ですので、vとそれ以外の場合のviですね。13ページのviについてこの後議論を進めていただきたいと思うのですが、知らないうちに解約されてしまう場合と、これ以外の話という辺りについて、もし何かございましたら御発言をお願いいたします。

後藤委員、お願いいたします。

○後藤委員 後藤です。ありがとうございます。

この問題は何が問題なのかいま一つよく分からなかったところがありまして、使っていないものが解約されても別に困らないのではないかという気がするわけです。例えば予約していたのにホテルに泊まれなかったとかという話だとすると、それは非常に大きな不利益を受けるわけですが、普通のサブスクとかだったら、一定期間利用がない場合に自動で解約されて困るのであれば、また契約すればいいような気がします。これは、どこに問題を見いだしておられるのか、もう少し御説明をいただければと思います。よろしくお願いします。

○山下座長 こちらは事務局への御質問だと思いますので、お願いします。

○梅澤専門官 御質問ありがとうございます。事務局でございます。

ネットの利用などについてはまた契約すればよいのではというのは確かに御指摘のとおりかと思っております。一方で、例えば動画配信サービスなどの継続的なサブスク等を利用して、利用はしていなかったけれども料金を払い続けることを消費者が特に問題だと思っていない場合、解約されていなければ、もし利用しなくなった際には再度契約を結び直すことなく利用を再開することができたにもかかわらず、一度解約されたことにより再度契約するという手間が発生するということもあり得るかと思っています。ただ、契約によ

ってはいったことがあまり問題にならないという事例もあるかと思いますが、その辺りも含めていろいろな場合を御検討いただければと思っております。

○黒木審議官 補足いたしますと、例えばアドレスとか、ゲームとかで利用で積み重ねてきた履歴があつて、しばらく使っていなかったのだけれども別に解約する気はなくて、そのうちまた使おうと思っていたのだけれども、使っていない期間が長いので、どうしますかという通知も来ていたのだけれども、それすらも見えていないと。アプリを開かないので、そもそもそういう通知が来ているのも知らなかったという場合に、しばらく使っていなかったけれども、いざ見たら解約されていてというような場面もあるのかなと。それは使っていなかった、あるいは通知も確認していなかった自分も悪いと思えばそうなのかもしれないのですけれども、そこで完結する連絡方法で来られても、そもそもそれを開いていなければ通知も分からないという場合に、何か別の方法を用意しておくとか、ほかのメールアドレスに連絡をされるとか、ショートメッセージを入れてもらうとか、そういうことで工夫する余地もあつたりするのかなということを御検討いただければという趣旨でございます。

○後藤委員 どうもありがとうございました。

あつたはずなのにとというのは分からなくもないのですが、メールアドレスは普通に登録させるのではないかという気がするのですが、果たしてそのメールすら見られなかったら、それは使っていなかった人の問題ではないかという気がしますし、一番気になりますのは、それまでの問題と比べて、レベル感がそんなに問題にしなくてもいいレベルなのではないかということです。これを入れることによって、ほかの点のメッセージ性が薄まってしまわないかなということが少し気になりましたということだけ申し上げておきます。

○山下座長 ありがとうございます。

今、レベル感というような話もありまして、非常に重要だと思いますが、こういう問題があり得るのではないかというようなことも含めて、ほかの委員からも御意見等があればよろしいをお願いします。

カライスコス委員、お願いします。

○カライスコス委員 ありがとうございます。

お話を伺っていて、ぱっと頭に思い浮かんだのが、保険の無催告失効条項に関する最高裁判決です。それと似たような状況はなくはないのかなという気がしています。特に消費者の脆弱性のことを考えると、いろいろ入院が必要だったり、判断力が低下したりしている間にか忘れていて、いつの間にか切られてしまっているということはあるのだらうと思います。

では、あくまでもそれを前提とした場合にどういう対策が可能なのかということですが、先ほど来お話が出てきているように、通知を義務化すること、一定の猶予期間を与えるということ、さらにはほとんどの場合、何かしらそれについては契約条項とか約款の中に規定が置かれている、条項が設けられているであろうと思われるので、約

款規制と条項規制としての側面をどうするのかということかと思いますが。あとは、一般的な配慮義務の中で処理することも考えられますし、より介入して規制をするのだということであれば、そのような場合の解除を無効とする定めを置くとか、あるいは契約を消費者側の意思に基づいて自動的に復活させるというようなことも考えられるかとは思いますが。

viの上記以外の場合ということで1つだけ取り上げたいのが、前回は申し上げたのですが、サブスク契約の条件の変更のところはすごく気になっています。民法上の約款規制の場合だと、消費者の不利益において条件を変更しやすいような仕組みになっていますので、追加で消費者契約法の中で何かしら消費者を保護するような手当てをするということは考えられるのではないかと思います。

以上です。

○山下座長 ありがとうございます。

そのほかいかがでしょうか。

垣内委員、お願いいたします。

○垣内委員 ありがとうございます。

このvの問題は、後藤委員が言われるようにほかとは大分レベル感が違うというところはあるのかなと思いますが、問題はこの契約関係が終了するということによって消費者が失う利益というのは何なのかということなのだろうと思ひまして、再度契約すればあまり実害がなくまた利用できるというような場合であれば、それほど実際には問題とならないのだろうと思いますが、利用する中で何か利用実績を通じて得てきたものがあって、それが失われるということが何らかの保護に値する利益と言えるような場合ですとか、先ほどカライスコス委員の言われた保険というようなことであれば、これはかなり保険でカバーされなくなるというようなことで重要な利益が問題となっているということだと思いますし、また、これも直前のカライスコス委員が言われたことと関わりますけれども、仮に継続中はなかなか条件の変更が難しいということだとしますと、継続中に当初の契約からそれほど変わらないような形で享受できていたものが、再契約ということになると料金等も大変変わってくるとか、そういったことが仮にあるのだとすると、そういった不利益をどう見るかということは一応問題にはなり得るのだろうという気はいたしましたけれども、ivまでの問題に比べるとやや限られた場面の話になってくるということかなという気はいたしました。

以上です。

○山下座長 ありがとうございます。

そのほかはいかがですか。

私がぱっと思いついたのは、電子書籍とかについて、書籍を購入していたのだけれども、いつの間にか契約が切れてしまって今まで買いためた書籍が全部なくなったら困るなということを考えたのですが、いろいろほかにもあるかもしれません。

北島委員、お願いいたします。

○北島委員 ありがとうございます。

私もこれは不利益が何かということがよく分からなくて、今、先生方のお話を聞いて、電子書籍も含め、いろいろな不利益が生じ得るということを認識しました。その上で、できましたら、もしこの事項をこれからも検討するということであれば、こういった不利益が生じるのかということを整理していったら、もう少し例示していただければ議論がスムーズになるかと思っております。

また、規制手法ですけれども、恐らく通知でありますとか一定の手続を事業者に義務づけるという方向性が考えられると思います。こういった手続を義務づけるかというのは、不利益の大きさによって変わってくると思います。不利益がないような場合は特に手続は必要でないとも考えられるところですが、不利益が非常に大きい、電子書籍が全部見られなくなるというような場合には慎重な手続を義務づけることも考えられると思います。

○山下座長 会場が一瞬映らなくなったのですが、ほかの委員の皆様、よろしいですか。

大屋委員、お願いいたします。

○大屋委員 1つだけです。おっしゃるように、かなりの経済的価値の損失につながり得る。経済だけではありません。情動的価値の損失につながり得るのは、プラットフォームのアカウントが止められたケースだと思います。例えばGoogleアカウントもそれに様々なサービスがぶら下がっておりますので、それが無通告で停止されるあるいはその利用を解除するということがやられてしまうと、これは相当社会生活上に不便が出てくるというようなことはあり得るかと思えます。

だから、これを個々の消費者契約の問題として捉えたほうがいいのか、これはプラットフォーム規制のほうで考えたほうがいいのかというのは議論の余地があるところかなと思ひ、個別のサブスクリプション契約みたいなものである場合には、蓄積されたレコメンドーションとか情動的価値があるものもありますけれども、それはペティではないかという後藤委員の御指摘にもうなずかされるところはありますので、そこは区別したほうがいいのかと思うところであります。

以上です。

○山下座長 どうもありがとうございます。確かに規制の仕方をいろいろ考えないといけないかもしれませんね。

そのほかはいかがでしょうか。よろしいですか。

それでは、14ページの検討事項（2）履行が一回であるが時間的間隔がある契約という部分に移っていきたいと思いますので、そちらについての御意見、御質問等がありましたら挙手でお知らせください。よろしくお願いいたします。

後藤委員、お願いいたします。

○後藤委員 ありがとうございます。

これは最初に申し上げたこととも重なるのですけれども、どこを問題視するのかという

話でして、契約はしたけれども現実に物が届いたりサービスを受けたりするまでの間に要らない気がしてきたという話だとすると、中途解約の場合にかなり近い話になってきて、その問題というのは出てこようかなとは思いますが。先ほど、更新のタイミングでやめたいというのであれば、割と広く対応していく余地があるのではないかということを示しましたけれども、そういう観点からしますと、一度契約して途中で要らなくなったというのは、もちろん消費者の脆弱性を考えると、契約時に焦らされたり弱みにつけ込まれたという話の延長で考えていくのであれば、それも対応してあげるべき場合はあるのかもしれませんが、単に契約から時間が空いているというだけでこれを認める必要があるのかということ、少し疑問を持っております。

以上でございます。

○山下座長 ありがとうございます。

そのほかはいかがでしょうか。こちらについては特にございませんでしょうか。

それでは、こちらについては取りあえず以上とさせていただいて、次に（３）です。15ページになりますが、こちらにつきまして御意見、御質問等をいただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

後藤先生、お願いいたします。

○後藤委員 ありがとうございます。

これは結局どういうルールを作るかにもよるような気はしているのですが、実態としてということで15ページの3つの点が並んでいるのかと思うのですが、一つの契約の中で商品・役務の提供が繰り返し起きるという場合だけでなく、契約としては期間が決まっているのだけれども、それがどんどん更新されていくという場合もあり、後者のほうが契約法的にはよく取り上げられてきたかと思います。多分見ている側面が違うという話なのだと思うのですが、自動更新を含めて、更新を重ねていく場合がここでいう「継続的な契約」には含まれるということでよろしいでしょうかということを確認させていただければと思います。

○山下座長 御質問ですので、事務局のほうからお願いいたします。

○梅澤専門官 後藤先生、ありがとうございます。事務局でございます。

御指摘いただいたとおり、更新していく場合も含んでおります。検討事項としてはそもそも規律対象として継続的な契約等を捉える際にどのような要素を考慮して考えていけばよいのかということでございますので、御指摘いただいたところでよいかと思っております。

○山下座長 ありがとうございます。

それでは、引き続き御意見、御質問等をお願いいたします。

西内先生、お願いいたします。

○西内委員 これも確認したいなところではありますけれども、これまでの議論との関係

だと、中黒の1つ目、2つ目、同等の商品・役務の時間的間隔の部分はいいと思うのですが、中黒の3つ目、相当期間にわたって対価を支払い続ける場合を規律の対象の定義などに含めるかどうかは、これ自体が検討事項だろうと思います。

次の項目とも関係するのだと思うのですが、大屋先生がおっしゃった例であるプラットフォームが提供するアカウントなどについては、対価の支払いと言えるようなものがそもそもあるのかどうかというところも含めて考えないといけない。この場合も念頭に置いて継続的契約の規律を考えるのか。あるいは、継続的契約については別の観点から、対価の支払いが長期間にわたるというものについて中心的に規律するのか。こうした考慮が規律の対象とも関係するところだと思いますので、3点目だけは慎重に考えたほうがいいのではないかとというのが意見として述べさせていただくところになります。

以上です。

○山下座長 ありがとうございます。確かに次の問題とも非常に関係はしそうなところですね。

そのほかいかがでしょうか。

垣内委員、お願いいたします。

○垣内委員 どうもありがとうございます。

この(3)の例で挙げられている3つのポツというのは、私の理解では全て満たさなければいけないという趣旨ではなくて、例えばこのうちの一つに当たるもの、どれかに当たるものを継続的な契約と捉えてはどうかということかと思いましたので、そういう意味では、対価の支払いが相当期間にわたるというものもあり得るでしょうし、対価はあまり考えられないけれども、商品・役務は相当期間続いて提供されるというようなものもあるというのはこの整理のとおりなのかなと感じたところです。

他方、参考として升田先生のされた分類が挙げられているのですが、これで申しますと、特にcの類型というのは、契約として特段期間が長いとかずっと更新されるというものではなくて、しかし、事実上個別の契約の締結等が繰り返されて、それが長期間続くというパターンなのかなと思われるのですが、これは少し消費者契約で主要な問題となるものとはタイプが違うものなのかなという感じもいたしまして、これはむしろ対価を得てサービスを提供する事業者の側の保護の問題などが顕在化する、あるいはそういう場面としてはあるのかもしれませんが、少し区別して考えたほうがいいのかなという感想を持ったところです。

以上です。

○山下座長 ありがとうございます。

確かに升田先生のcポツはいわゆる継続的取引関係というか、そういう感じのものを念頭に置かれているようですね。

それでは、ほかにいかがでしょうか。

それでは、2ポツの自己の情報、時間、アテンションのほうにも本日は入る予定だった

のですが、あと10分ぐらいしかないので、これは次回に回したいと思っております。

ですので、1ポツまでが今回行われたということにさせていただきますが、非常に活発な御議論をいただいたということで、ありがとうございます。非常に多岐にわたる論点が継続的な取引関係というものについてあることがまさに分かったということで、それに従いまして、規制の手法についても様々あり得るということになろうかということで、今後、議論で何を特に問題にしていくかということも含めて少し整理していかないといけないと思います。

最初に後藤委員がおまとめいただいた話とかとも関連しますが、消費者の都合による一方的な契約の離脱のようなものというのは一つの方角として、しかし、そうは言っても消費者ですので、あまり十分理解せずに契約に入ってしまった、後から後悔しているというケースというのももちろんありますし、他方で、これも様々な委員から御指摘がありましたけれども、解約をしにくくするなどの方法で意図的に事業者のほうで継続的な取引関係を続けようという画策をするケースもあって、いろいろな場面がかなり考えられるのかなと思います。

ただ、いずれにしても、やはり消費者に過度な負担のかからない形で解約の手段を与えるといったことは非常に重要な問題でもありますし、これは契約者が死亡した場合に相続人が解約できる方法も含めてやっていかないといけない。

悩ましいのは、かなり多種多様な場面を事務局のほうでも用意していただいたので、これを一つの規制で簡単にまとめ切るのは難しいということで、前回お話しした配慮義務とかも使っていくべきだというような御意見もありましたが、様々なレベルでルールを考えていくということが必要になってくるのかなと思いました。

ということで、本日は1ポツの部分について議論が終わったということで、次回は2ポツの議論のほうに進んでいきたいと思いますが、検討事項としてはここで切り上げますが、もし何か言い忘れたということがまだあれば。特にはよろしいですか。

それでは、本日はそろそろ終わりということで、続きは次回以降に持ち越しにさせていただきますと思います。

最後に事務局のほうから連絡をお願いいたします。

○古川消費者制度課長 本日も長時間にわたり、どうもありがとうございました。今回は2時間ということですが、濃密な議論をしていただいたと思っております。

次回の開催日程でございますが、既に御連絡をさしあげているかと思いますが、12月19日の金曜日を予定しております。

以上です。

○山下座長 司会の私の不手際で全てのテーマは論じられませんでした、その分大変充実した議論ができたと思います。

それでは、本日はこれにて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。