

# 説明資料

– 消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律及び横断的な検討事項（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） –

令和7年（2025年）12月2日  
消費者庁

# 目次

---

## 0. 今回のテーマと基本的な考え方等

- 今回のテーマ
- 基本的な考え方
- 従来の枠組みの課題
- 検討の方向性

## 1. 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

- 検討の方向性
- 検討事項

## 2. 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

- 検討の方向性
- 検討事項
  - (1) 消費者の多様な脆弱性による影響のうち特に問題性が強い場合
  - (2) 取消権によって契約の効力を否定するに至らないがなお問題性が存在する場合

## 3. 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

- 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等

# 今回のテーマ

第1回検討会では検討事項（1）として「消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律」が確認された。

また、検討事項（5）の「横断的な検討事項」のうち「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」は上記検討事項（1）についても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（1/2）

## ○ 消費者の脆弱性としては、

- ・「類型的・属性的脆弱性」（年齢や教育水準、経済状況等、ある集団に共通する特徴から捉えるもの）
- ・「限定合理性による脆弱性」（全ての人が持つ脆弱性として、認知バイアスがあることにより人は限られた範囲でしか合理的な判断ができないという性質）
- ・「状況的脆弱性」（人は誰しもが状況の影響を受けることもあり、状況次第では合理的に考えることが難しくなるというもの）

が考えられる。

⇒程度の違いこそあるものの全ての消費者は何らかの脆弱性を有しており、他者や環境との関係性により多様に変化する。

## ○ 様々な「消費者の脆弱性」による影響としては、消費者の自律的な意思決定を阻害する側面、消費者に不利益な結果を生じさせる側面、事業者により「消費者の脆弱性」が引き出され利用される側面等が考えられる。

⇒これを踏まえ、脆弱性がある場合にいかにして納得できる選択・判断を確保するか、脆弱性があることで深刻な許容し難い結果に陥ることをどのように回避するか、脆弱性を事業者が積極的に引き出したり意図的に利用することをどのように規制するかという観点で、その影響の度合いに応じて規律を設けることが必要となる。

# 基本的な考え方（2/2）

## ○ 法による介入の在り方としては、

- ・ 他者との適切な関係性の中で、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「自律」的な決定が可能となること（関係的自律）を保障するために、他者との適切な関係性の構築を促進し、関係性から生じる信頼を保護するアプローチ（選択の実質性を保護するアプローチ）を基盤とし、
- ・ 当該アプローチのみでは不十分な場合に、一定の脆弱性があることで深刻な許容し難い結果に陥ることを回避すること（結果としての幸福を保護するアプローチ）についても検討する必要がある。

## ○ 介入の手法としては消費者に自律性を回復する機会を与えるというソフトな手法から強制力をもって介入するというハードな手法まで様々なものが考えられるところ、例えば、「消費者の脆弱性」によって消費者や社会の利益が害される程度、事業者の消費者への意思決定への介入の程度、消費者が自ら自律性を回復できる可能性の程度、介入によって生じる影響・コストの大きさ等の観点から介入の程度を検討することが考えられる。その中で、選択の実質性を保護するアプローチについては、より影響・コストが小さい規律手法を用いることで、早い段階で介入することも可能になると考えられる。

# 従来の枠組みの課題

- 現行の消費者契約法（以下「法」という）は、契約締結過程において事業者の不適切な行為により消費者に意思表示の瑕疵が生じる場合の取消権（法第4条）、及び消費者に著しく不利な内容の契約条項により消費者が著しく重い義務を負ったり本来有する権利を奪われる場合の契約条項の無効（法第8条から第10条まで）を中心とした枠組み。
- 取消権については、その規律対象として、事業者の行為により消費者の意思表示の瑕疵が生じた場合であり、かつ、当該事業者の行為の不当性及び消費者の意思表示の瑕疵の程度が取消権によって意思表示の効力を否定するに相応するほどに高い場合に限定される。
  - ⇒・事業者の行為により生じたものではないものの消費者の合理的に判断できない事情が影響する場合
    - ・事業者の行為に不当性があるものの取消権に相応する程とはいえない場合
    - ・消費者の意思形成過程に瑕疵があるものの取消権によって効力を否定するには至らない場合
- などの場合に対しても消費者の納得できる選択・判断を確保し、その利益を実現し保障する必要があるところ、取消権の枠組みでは適切に規律を及ぼすことが困難。
- 取消権と契約条項の無効は、契約の効力の全部ないし一部を否定するという効果の強度から、相応の予見可能性や要件の明確化の要請が働く。
  - ⇒対象が個別限定的となり、適用場面が限られ、また、取引実態等の変化に対応することが困難となっている。
- 従来の取消権や契約条項の無効を中心とする枠組みは、契約の効力の否定という事業者にとって不利な法効果を用意することで不適切な行為（不当勧誘、不当条項の使用）を避けるという消極的な動機付けをするものに留まる。
  - ⇒適切な関係性の構築等に向けた積極的な動機付けをする手段に欠ける。

# 検討の方向性

- 消費者と事業者との間の構造的な情報の質及び量並びに交渉力の格差に加えて、多様な「消費者の脆弱性」とそれらによる影響を捉えることにより、具体的な規律において従来の取消権や契約条項の無効を中心とした枠組みにとらわれずに有効な規律手法を整備することを検討する必要がある。
- 具体的には、
  1. 多様な「消費者の脆弱性」による影響に包括的に対応するための規律として、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
  2. 「消費者の脆弱性」による影響のうちより具体的な場面に対応するための規律として、契約の拘束力から消費者を解放する仕組み
  3. 取引当事者である消費者と生活を共にし、自身の生活を当該消費者に依拠している者の利益の実現を考慮するための規律として、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

を検討する必要がある。

# 1. 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

# 検討の方向性

- 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、事業者において消費者の多様な脆弱性に対する配慮を促進することが重要になると考えられるのではないか。
- 配慮の方向性について、選択の実質性を保護するアプローチ及び結果としての幸福を実現するアプローチの観点からは、消費者が多様な脆弱性を有しながらも自らの価値観に基づく「自己自身の選択」であると納得できるような「自律」的な決定をすることが可能となるようにし、また、消費者が一定の脆弱性を有することで深刻な許容し難い結果に陥ることが回避されるように配慮することが考えられるのではないか。
- 配慮の対象場面について、「消費者の脆弱性」による影響は消費者取引の様々な場面で生じ得るものであり、また「消費者の脆弱性」が他者や環境との関係性により多様に変化するものであることを踏まえれば、消費者契約に関する各過程（締結・履行・継続・終了）や消費者契約の内容を視野に、選択の実質性や結果としての幸福を保護すべき場面を対象にすることが考えられるのではないか。
- 配慮を促進するための規律方法を検討するに当たって、「消費者の脆弱性」の多様性や取引実態等の変化に柔軟に対応可能なものとし、また、事業者の創意工夫の幅を確保することを可能とすることが望ましいと考えられるのではないか。
- 規律の実効性を確保するために、民事効への（事実上あるいは法律上の）接続のみならず、ソフトローや行政措置の活用可能性を含めて検討することが考えられるのではないか。

## ① 配慮を求める場面・内容についてどのように考えるべきか。

(例)

- ・消費者が類型的・属性的脆弱性、限定合理性による脆弱性及び状況的脆弱性を有することを踏まえ、消費者が消費者契約の締結について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・判断をすることができるようになり、また、当該選択・判断を阻害することができないようにすることが考えられるか。
- ・消費者が類型的・属性的脆弱性、限定合理性による脆弱性及び状況的脆弱性を有することを踏まえ、消費者が消費者契約の締結によりその生活の維持を困難にすることがないようにすることが考えられるか。
- ・消費者契約の履行、終了、更新又は変更においても配慮を求めることが考えられるか。

## ② 配慮を促進する仕組みの在り方について、どのように考えるべきか。

(例)

- ・柔軟かつ包括的な適用を可能とし、また事業者による創意工夫の幅を有するものとするために、消費者が一定の状態・結果となるよう（あるいはならないよう）に事業者が配慮する義務があることを定める配慮義務の形で規定することが考えられるか。
- ・事業者が上記配慮義務に応じて適切な対応をするための具体的な行動指針を、正当性を担保しつつ事業者あるいは事業者団体を含む民間主体が参画しながら策定する仕組みを設けることが考えられるか。
- ・配慮義務違反の民事効について、それ自体直接の規定を設けず不法行為責任の基礎付け等の事実上の効果によることとするのか、あるいは損害賠償責任に関する特則等の法律上の効果を規定する必要があるのか。
- ・事業者による配慮義務の遵守を促進するための行政が役割を果たす仕組みを設ける（例えば、行動指針の策定（共同策定を含む）・認定、指導・助言）ことが考えられるか。

# 参考事例

(後記2. の参考事例も相互に関連しうる)

(No. 1) 早く購入しないと入手できなくなると思いこみチケットを購入 チケット転売仲介サイトをイベントの公式サイトと思い込み、チケットを購入しようとしたところ、購入完了までの残り時間が表示されたため、早く購入しないとチケットを入手できなくなると思い込み、急いでチケットを購入したが、実際には他の購入希望者がいない限り、購入できないものではなかった。 (第3回消費者契約に関する検討会(2020年2月10日)資料5)

(No. 2) 10年以上、従来型の携帯電話(フィーチャーフォン)を使用している。携帯電話ショップから電話で、携帯電話の説明を聞きに来るよう勧められた。説明だけ聞くつもりで店に行ったが、スマホの機種を見せられ、簡単に使用ができると言われた。自分は電話のみの使用でメールもネットも利用したことがなかったのでスマホは必要ないと伝えたが、話がどんどん進んでしまい、理解できないままに契約になってしまった。自宅に持ち帰り使用してみたが、さっぱりわからず使えない。スマホを契約するつもりがなかったので、解約して元のフィーチャーフォンの契約に戻してほしい。(2018年6月受付 契約当事者:70歳代、男性、無職、東京都) (国民生活センター「セット契約やスマートフォンの使い方などの携帯電話のトラブル－高齢者の相談が増加しています－」(平成30年9月13日))

(No. 3) 当方、地域包括支援センターのケアマネジャー。担当地区内の独居高齢女性について、様子が気になるという近隣住人からの連絡があったので、自宅を訪問した。すると、使っていない携帯電話や固定電話、ケーブルテレビ等の利用契約の書類があり、さらに利用料金の未払いがあることがわかった。女性の所持金が数千円しかなかったので何に使ったか聞いてみると、集金に来たという男性に浄水器の代金20万円を渡したと言う。台所を見ると未使用の浄水器が2台あった。女性は判断能力が衰えて金銭管理が困難になっていると思われる。これらの不要な契約を解約して、返金を求めるることはできるか。(契約当事者80歳代女性) (東京暮らしWEB「ひょっとしたら高齢者が深刻な消費生活トラブルにあってるかも? ~トラブル解決には介護サービス事業者などの見守り関係者の協力が重要です~」(平成31年4月18日))

(No. 4) Xは、客観的交換価値が少なくとも1億3130万円はある本件各不動産(Xの生活の本拠を含む。)を、事業者であるYに6000万円で売却した。本件売買当時、Xは金融機関からの借入金の返済を遅滞し、競売等に付されるかもしれないなどの切迫した状況にあり、Xは本件売買によって借入金を返済したものの、今後の生活費等は手元に全く残らなかった。また、本件売買当時、Xは認知症を発症し、記憶力、コミュニケーション能力等が相当程度低下していた。Yは、Xが上記の切迫した状況にあることや、Xの判断力の低下を認識していた。(第5回消費者契約に関する検討会資料4頁)

2. 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

# 検討の方向性

- 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、上記 1. のようにいわば一般的・包括的に事業者による「消費者の脆弱性」に対する配慮を促進することと併せて、「消費者の脆弱性」による影響のうちより具体的な場面に対応するための規律として、契約の拘束力から消費者を解放する仕組みが重要になると考えられるのではないか。
- そのような場合の一つとしては、消費者の多様な脆弱性による影響のうち特に問題性が強い場合が考えられるのではないか。こうした場合であっても意思表示の瑕疵を前提とする取消権の枠組みでは捉えきれない場合があると考えられ、解除権や契約の無効といった取消権以外の契約からの解放手段を視野に検討することが考えられるのではないか。
- また、取消権によって契約の効力を否定するに至らない取引になお問題性が存在する場合があると考えられるのではないか。そのような場合については、不法行為に基づく損害賠償制度を活用することにより、広い意味で契約からの（一部）解放を図ることが考えられるのではないか。

# 検討事項 (1) 消費者の多様な脆弱性による影響のうち特に問題性が強い場合

① 上記 1. に加え、更に特別に対処すべき場合としてどのような場合が考えられるか。

(例)

- ・消費者の生活を危殆化する場合が考えられるか。

(例えば、生活の基盤となる財産が失われるような内容の契約を締結する場合や、消費者にとって修復不能で深刻な結果をもたらす内容の契約であってそのような危険性を上回る消費者の利益が合理的に期待できる特段の事情があるとはいえない場合が考えられるか。)

② 上記の場合の規律について、どのように考えるべきか。

(例)

- ・一定の場合に消費者が消費者契約を解除できることとすることが考えられるか。

(例えば、一定の類型的脆弱性を有する消費者が、一定額以上の契約又は生活の基盤となる財産が失われるなどの消費者の生活を危殆化するような内容の契約を締結した場合に当該契約を解除できることとし、例外として、事業者において契約に際し消費者が予め指定した者に連絡した場合又は同人を同席させていた場合はこの限りでないものとすることが考えられるか。)

- ・一定の場合に消費者契約を無効とすることが考えられるか。

(例えば、消費者にとって修復不能で深刻な結果をもたらす内容の契約であって、そのような危険性を上回る消費者の利益が合理的に期待できる特段の事情があるとはいえない場合に当該契約を無効とすることが考えられるか。)

① 上記 1. に加え、更に特別に対処すべき場合としてどのような場合が考えられるか。

(例)

・現行の消費者契約法第4条に規定する不当勧誘行為のように契約の効力を全面否定する程に一義的にではないが事業者の行為に不当性が認められる場合が考えられるか。

(例えば、事業者が消費者に対して契約の目的となるものの効用について合理的根拠に基づくことなく殊更に強調して告げる場合が考えられるか。)

・必ずしも「誤認」「困惑」に該当するとはいえないが消費者の意思形成が正当になされたとはいえない場合が考えられるか。

(例えば、焦らされる、不意を突かれる、疲弊させられるなどにより熟慮の機会を奪われる場合等により不当に消費者の判断の前提となる環境が歪められた場合が考えられるか)

② 上記の場合の規律について、どのように考えるべきか。

(例)

・消費者の事業者に対する不法行為に基づく損害賠償請求権を活用することが考えられるか

(例えば、事業者の損害賠償責任に関する規定を定め、損害額の推定規定（代金相当額等）を設けることが考えられるか)

# 参考事例（1/2）

（前記1. の参考事例も相互に関連しうる）

## 【（1）関係】

（No. 4・再掲）Xは、客観的交換価値が少なくとも1億3130万円はある本件各不動産（Xの生活の本拠を含む。）を、事業者であるYに6000万円で売却した。本件売買当時、Xは金融機関からの借入金の返済を遅滞し、競売等に付されるかもしれないなどの切迫した状況にあり、Xは本件売買によって借入金を返済したものの、今後の生活費等は手元に全く残らなかつた。また、本件売買当時、Xは認知症を発症し、記憶力、コミュニケーション能力等が相当程度低下していた。Yは、Xが上記の切迫した状況にあることや、Xの判断力の低下を認識していた。（第5回消費者契約に関する検討会資料4頁）

（No. 5）遠位胆管がんの末期がん患者に対して、安全性や有効性が未確立な療法の実施に当たり、当該療法が遠位胆管がんに有効であったという症例がこれまで存在しなかつたこと等を説明せず、当該患者の状態について何ら客観的な検査を行わず外見、問診、他病院からの情報提供程度で判断し、遠位胆管がんに罹患し標準治療を終えていた当該患者にも当該療法が有効であることを示す実績があるかのような印象を与える説明をしたこと等が、当該患者の病状がいかなるものであるかを正確に説明することなく、当該療法がほぼ唯一の選択肢であるかのような誤った印象を与えたものとして、説明義務違反により不法行為責任があるとされた事案（宇都宮地判令和3年11月25日判タ1502号211頁、東京高判令和4年7月6日判時2553号12頁）。

（No. 6）医療法人がウェブサイト上の自由診療分野における医療広告において、その治療法、商品等が「アレルギー性疾患」、「自己免疫疾患」、「アトピー性皮膚炎」、「各種がん全般」等への治療効果があるかのような表示をしているが、客観的・医学的エビデンスのレベルでの根拠がなく景品表示法上の優良誤認表示に該当するとして適格消費者団体が当該表示の差止請求訴訟を提訴した事案（当該表示が削除されたことを確認し、今後、医学的効能及び安全性を裏付ける客観的・合理的な根拠資料を有することなく同様の表示を行わない等を内容とする裁判上の和解が成立）。

# 参考事例（2/2）

（前記1. の参考事例も相互に関連しうる）

## 【（2）関係】

（No. 7） 「アフィリエイトで簡単にもうかる」というインターネットの広告を見て、約3,000円のマニュアルを購入した。マニュアルにはたくさんの有料プランが紹介されており、事業者から電話で「有料プランに入らなければもうからない。高額なプランほど色々なサポートが受けられる」と言われ、65万円のプランを契約した。指示通りにブログを作り、毎日記事を書いたがもうからず、事業者と連絡も取れなくなった。  
(2021年1月受付 20歳代 女性)（国民生活センター「情報商材や暗号資産（仮想通貨）のトラブル－「もうかる」はずが、残ったのは借金…－」（令和3年6月3日））

（※）起業・副業関連の消費者トラブルについて、「トラブルの原因は『話が違う』ということ（消費者庁注：説明の通りにやってみたが、説明されたような結果が伴わないということ）にある。…誰でも簡単に儲けることができるなどと説明された案件については、…断定的判断の提供や…不実告知、事実の不告知などを理由とする取消し、詐欺を理由とする取消し、不法行為に基づく損害賠償等により、被害の回復を図ることになる。しかし、そのような説明が伴わない場合や、実践してみなければ提供された商材やサービスの内容・効果がわからないという場合には、一概に『話が違う』と断定し難い。また、相談者がサポートを受けることや受講を途中でやめてしまった場合には、契約相手から、『最後まで受けていないのだから結果が出ないのは当然である』や、『最後まで受けて利益を出している人もいる』などと主張されることになる。」との指摘がある（瀬戸和宏『第2章 起業・副業関連の消費者トラブルの弁護士受任事例の現状』独立行政法人国民生活センター「『消費生活センターにおける解決困難事例の研究～起業・副業をめぐる消費者トラブルの被害救済を中心に～』調査報告書」（令和5年3月）18頁）。

（No. 8）薄毛治療のネット広告を見て電話で予約を入れたクリニックへ出向いた。説明を聞くだけだと思っていたが、医師ではない女性スタッフから「脱毛症の症状が出ている。早めに治療したほうがよい。今日なら、約40万円の治療費が半額になる。今日だけだ」と言われ不安になり、6か月の薬代として約20万円を支払うことに同意し、半額の約10万円を手持ちのクレジットカードで決済した。しかし、近隣の皮膚科に相談したところ「特に心配することはない。乾燥に気を付ければ大丈夫だ」と言われ、薬は必要ないのではないかと思った。不安にさせられ、今日でないと安くならないなどと言われじっくり考える時間がなかった。解約し、返金してもらいたい（第3回消費者契約に関する検討会（2020年2月10日）資料5）。

3. 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

# 検討の方向性

- 取引当事者である消費者の有する脆弱性による影響が及ぶ範囲として、消費者と生活を共にし自身の生活を当該消費者に依拠している者の利益の実現を図るべき場合が考えられるのではないか。
- 「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、
  - ・ 取引当事者である消費者と生活を共にし、自身の生活を当該消費者に依拠している者の「幸福」や利益の実現も考慮する余地がある
  - ・ 具体的な制度設計に当たっては、その範囲や必要性を慎重に見極めながら検討することが必要である
  - ・ その検討に当たっては、取引当事者である消費者の被扶養者が扶養を受けられなくなる場合と扶養関係にはないが近親者の金銭的負担や社会的コストが生じる場合とを区別する観点が必要であり、また、個人の尊重の理念に悖らないよう留意する必要がある。
- とされている（以上同報告書15頁）。
- 取引当事者である消費者の有する脆弱性による影響が及ぶ範囲として上記を踏まえ、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について、当該者の対象範囲や規律の対象場面を含めて検討することが考えられるのではないか。

①取引当事者である消費者の有する脆弱性による影響を踏まえて利益の実現を考慮すべき対象として、当該消費者に依拠する者の範囲をどのように考えるべきか。

(例)

- ・取引当事者である消費者が民法上の扶養義務（民法第877条）を負う範囲の親族を対象とすることが考えられるか。

②上記の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についてどのように考えるべきか。

(例)

- ・上記1. の配慮義務において、消費者が類型的・属性的脆弱性、限定合理性による脆弱性及び状況的脆弱性を有することを踏まえ、消費者が消費者契約の締結により当該消費者に依拠する者の生活の維持を困難にすることがないようにする規律を設けることが考えられるか。また、消費者契約の履行、終了、更新又は変更について同様に考えられるか。

# 参 考

# (1) 消費者を取り巻く環境

## ○行動バイアスの例

- これらの行動バイアスは、悪用された場合、限定合理性による脆弱性を助長するおそれもある。

図表 I-2-1-8 行動バイアスの例

### ●情報過多

複雑な製品や膨大な選択肢を前にすると、消費者は可能な選択肢を無視したり、選択しないことを選択したりすることがある。また消費者は、単純な「目安」や「経験則」に依存する可能性もある。

### ●デフォルト効果及び現状維持効果

デフォルトオプションとして消費者に選択肢を一つ提示すると、消費者はその選択肢を選びやすくなる。デフォルトの力は現状維持効果と関係しており、消費者は現状にとどまろうとする強い傾向を持つ。

### ●保有効果

消費者はあるモノを入手するとき以上に、それを手放す際の対価を多く求めることがある。消費者には損失回避傾向があり、そのモノが消費者の保有物となると、消費者にとってのそのモノの価値が高まるためである。

### ●アンカリング効果

消費者は、自分が最も重要だと思う情報を中心に、意思決定を固定する。これは、追加の情報が提供されても、消費者が提案の価値に対する認識を十分に調整できないことを意味する。

### ●フレーミング効果

消費者は、情報の提示方法に影響される。ある特定の方法で選択肢を提示すると、消費者は特定の基準からその選択肢を評価する場合がある。

### ●プライミング効果

消費者が宣伝等に絶えずさらされると、一部の特性が消費者の決定に過度の役割を果たす場合がある。プライミングは、一部の特性を目立たせることで、選好に影響を与える可能性がある。

### ●自信過剰

消費者は何らかの行動の結果として、自分が予期される平均的な結果よりも好ましい経験をする可能性が高いと考える傾向がある。例えば、多くのドライバーは、自分は平均的な人よりも安全であると考える。

### ●誇張された割引\*

消費者は、将来の時間よりも、現在の方がはるかに価値があると考える傾向がある。これは、強制されないと、退職後の蓄えが少なくなるようなことを説明できる。

### ●時間的不整合性

消費者は、短期的な衝動と長期的な利害の矛盾により、時間をまたいで一貫性のない選択を行うことがある。

### ●社会規範及び文化規範

多くの場合、消費者は特定の社会やグループの価値観、行動又は期待によって導かれる。例えば、人々に他人のしていることを認識させると、個人の根底にある動機を強化できる。

\* 現在バイアスとも呼ばれる。

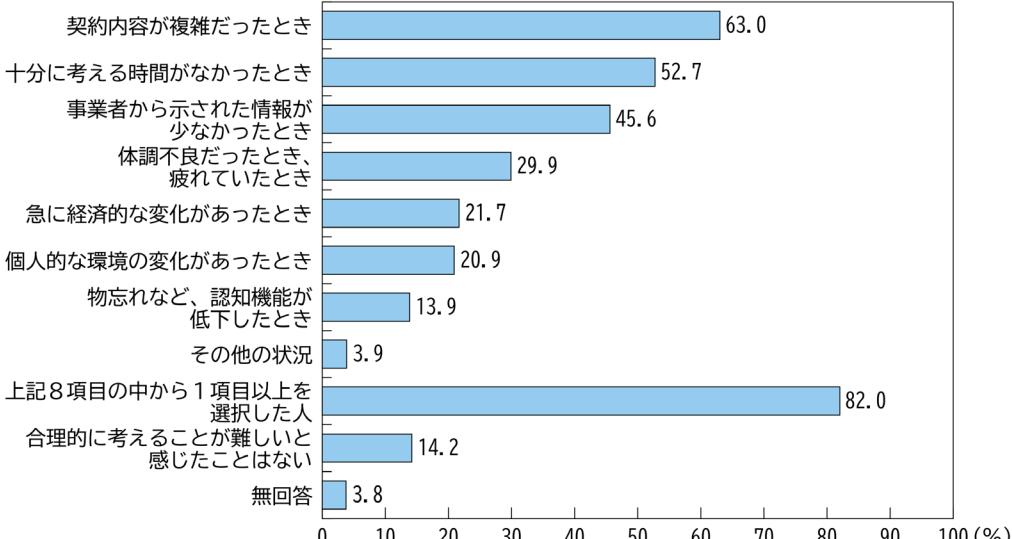
備考：OECD「行動洞察の活用によるオンライン市場の情報開示の向上」（2018年）により作成。

# (1) 消費者を取り巻く環境

## ○商品等の契約をする際に合理的に考えることが難しいと感じたとき

- 約8割の人が合理的に考えることが難しいと感じたことがある。

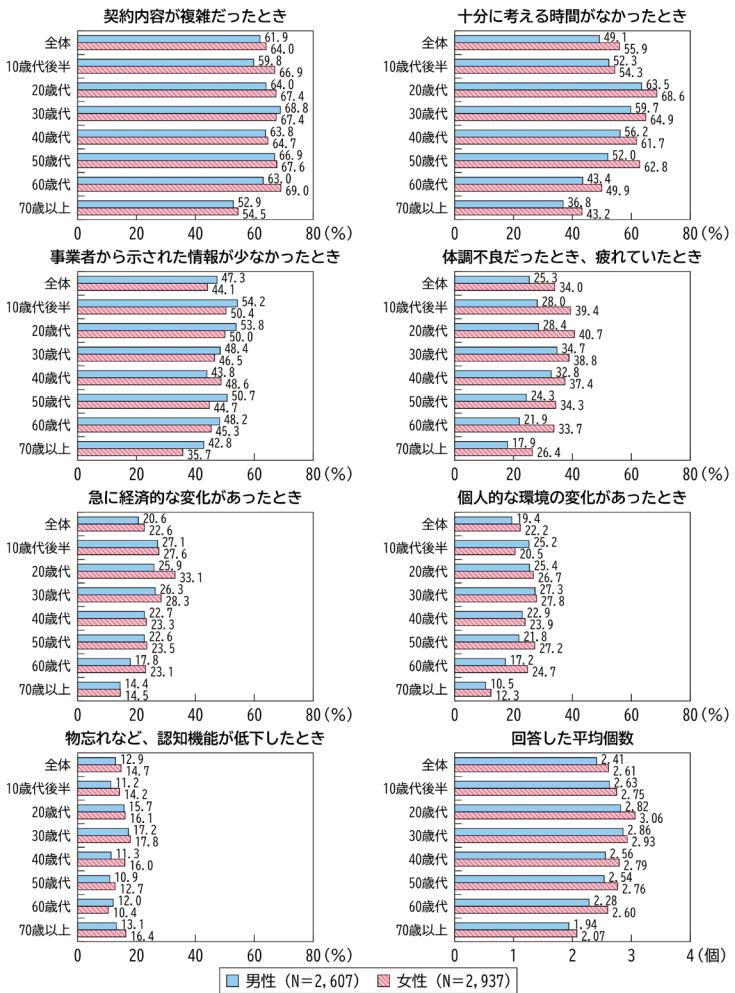
図表I-2-1-9 商品等の契約をする際に合理的に考えることが難しいと感じたとき



(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2023年度)により作成。  
 2. 「あなたは、商品の購入やサービスの提供に伴う契約をする際に、以下の状況によって合理的に考えることが難しいと感じたことはありますか。」との間にに対する回答数が多い順に表示(複数回答)。  
 3. N=5,544

図表I-2-1-10

商品等の契約をする際に合理的に考えることが難しいと感じたとき(性別・年齢層別)



(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2023年度)により作成。  
 2. 「あなたは、商品の購入やサービスの提供に伴う契約をする際に、以下の状況によって合理的に考えることが難しいと感じたことはありますか。」との間にに対する回答。

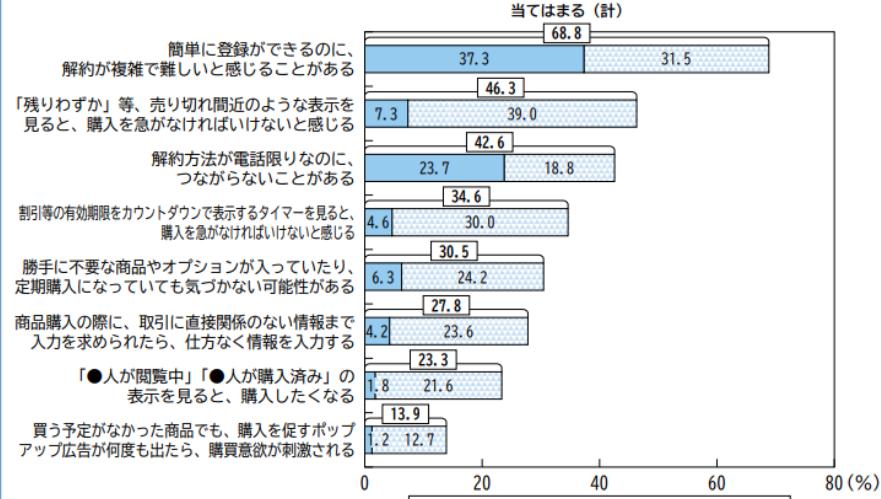
# (1) 消費者を取り巻く環境

## ○インターネット上の表示等について

- 消費者を意図しない行動に誘導する可能性がある仕組みを、目にしたり、経験したりしている人は約9割。

図表 I-2-2-2

インターネット上で商品の購入やサービスの提供に伴う契約をする際、表示や解約方法から受ける影響



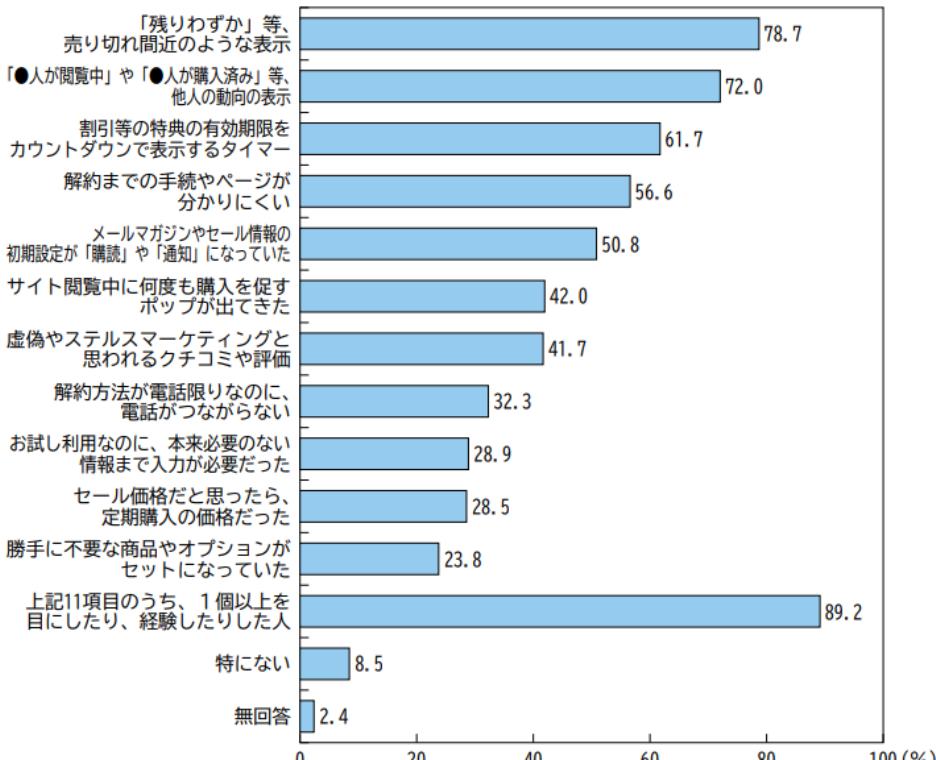
(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2023年度)により作成。

2. 「インターネット上で商品の購入やサービスの提供に伴う契約をする際、あなた自身は以下の項目がどの程度当てはまると思いませんか。」との間に對し、「とても当てはまる」「ある程度当てはまる」「ほとんど・全く当てはまらない」「分からない」の四者択一で「とても当てはまる」又は「ある程度当てはまる」を選択した合計数の多い順に表示。

3. N=4,439

図表 I-2-2-1

インターネットでの商品・サービスの予約や購入において、これまでに実際に目にしたり、経験したりした割合



(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2022年度)により作成。

2. 「あなたが、インターネットでの商品・サービスの予約や購入において、これまでに実際に目にしたり、経験したりしたもの」に對し、「とても当てはまるものを全てお選びください。」との間に對する回答数が、全体の多い順に表示(複数回答)。

3. N=3,311

# （1）消費者を取り巻く環境

## ○事業者の取組

### 【高齢者向け設計】

#### ●生命保険業

「ご家族による契約サポートサービス」、「70歳以上の契約時に家族同席必須化」、「デメリット情報の動画視聴」、「認知症サポーター養成」、「電話音声明瞭器の開発」等。

#### ●電力会社

家庭にある電力メーターを利用し、電気使用量からフレイルリスクが高い高齢者を検知して自治体に連絡し、必要に応じて契約自治体の保健師がサポートすることでフレイル状態の改善を図る。

### 【障がい者向け設計】

#### ●食品メーカー

音声読み上げに最適化したレシピサイトを作成。

### 【デジタルデバイド支援】

#### ●生命保険業

デジタルサービスの利用に関し、オペレーター・顧客間でアプリ等の画面をリアルタイムで共有しながら説明できるサービスを導入。

### 【ダークパターンへの対応】

#### ●プラットフォーム事業者

ECモールにおいて不適切なストア出店・商品出品の抑止や、不適切な広告表示の抑止によるお客様保護の取り組みを実施。

出典：消費者委員会 第20回消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会【資料1】P.8～11 より抜粋

[https://www.cao.go.jp/consumer/history/08/kabushoshiki/paradigm\\_shift/doc/020\\_250331\\_shiryou1.pdf](https://www.cao.go.jp/consumer/history/08/kabushoshiki/paradigm_shift/doc/020_250331_shiryou1.pdf)

出典：消費者庁 第2回高齢化やテクノロジーの進展等を見据えた消費者保護に関する官民共創ラウンドテーブル【資料5】P.18、33～36 より抜粋

[https://www.caa.go.jp/policies/future/ppi/assets/caa\\_futurer101\\_241120\\_05.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/future/ppi/assets/caa_futurer101_241120_05.pdf)