

説明資料

－消費者契約の各過程に関する必要な規律（継続的な契約の普及・拡大に対応するための規律の導入）－

令和8年（2026年）7月2日
消費者庁

目次

○今回のテーマ

○検討の背景

○検討事項

第1．各規律の対象場面について

第2．継続的な契約関係からの離脱一般に関する規定

1．解約妨害の禁止

2．事業者が契約からの合理的な離脱方法を消費者に提供しよう努めるものとする努力義務規定

3．解約の方法・条件に関する事業者の情報提供の努力義務規定

第3．契約期間の更新時に関する規定

第4．契約の変更時に関する規定

第5．継続的な契約の当事者である消費者の死亡時の連絡手続等に関する規定

今回のテーマ

論点整理における「消費者契約の各過程に関する必要な規律」（第2.）のうち、「1. 継続的な契約の普及・拡大に対応するための規律の導入」を御検討いただくことを想定。

（参考）論点整理の項目のみ抜粋

第1. 消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律

1. 事業者等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. 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等
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

第2. 消費者契約の各過程に関する必要な規律

1. 継続的な契約の普及・拡大に対応するための規律の導入
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

第3. 「解約料」の実態を踏まえた実効的な仕組み

1. 「解約料」条項に係る規定（消費者契約法第9条第1項第1号）の見直し
2. 「解約料」条項の説明に関する既存の制度の拡充

第4. 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
2. 法目的の在り方
3. 「消費者」概念・定義規定の在り方

検討の背景 (1/2)

- 令和4年常会改正時に、契約の終了過程に関する規定（事業者による消費者の解除権行使に必要な情報提供の努力義務（消費者契約法第3条第1項第4号）、事業者の消費者又は適格消費者団体に対する解約料の算定根拠説明の努力義務（消費者契約法第9条第2項、同法第12条の4）が新設されており、これらは契約締結過程にとどまらない規律を設けたもの。
⇒これを契機に、衆参両院の附帯決議において「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。
- また、「消費者委員会 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、以下のような考え方が示された。
 - 消費者契約の締結過程及び契約内容に限らず、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。例えば、サブスクリプションを始めとする継続的な消費者契約において、契約締結後に消費者側のニーズが変化することがあり得る中で、契約状態（継続するか否か）・契約関係（継続するとしてどのような内容とするか）がニーズにかなうものとなるようするための規律を設けることが考えられる。
 - 従来は消費者契約の締結過程・契約内容を対象とする規律が中心であったが、消費者を取り巻く取引環境の変化に対応し、「消費者の脆弱性」に対応するための一般民事法としての役割を果たすためには、消費者取引の全過程（契約締結・履行・継続・終了）・契約内容を対象に規定を整備することが重要となる。
- 現行の消費者契約法は、契約の締結過程（不当勧誘を理由とする取消権（消費者契約法第4条））と契約条項の内容（不当条項の無効（消費者契約法第8条から同法第10条まで））を中心とした枠組みである。消費者トラブルが生じるのは契約締結過程及び契約条項の内容に関するものに限られない。契約当事者による履行が継続的に行われる契約（以下「継続的な契約」という。）においては、契約の履行・継続・終了過程においてもトラブルが生じ得る。特に、昨今はサブスクリプションサービスを始めとする継続的な契約が普及し、これに伴う課題に対応する必要性が生じている。
⇒現行の消費者契約法には、これらの課題に対処できる適切な規律がない。

検討の背景 (2/2)

- 論点整理では、「サブスクリプションサービスを始めとする継続的な消費者契約の普及により、契約締結過程や契約条項以外の場面におけるトラブルが生じていることを踏まえて、継続的な消費者契約（※）に関して必要な一般的規律を整備することとしてはどうか。」とした上で、具体的な規律の内容は以下のとおり整理されている。

(※) 同等の商品・役務が相当期間にわたって提供され続ける場合を想定。その場合、更新により継続する場合を含むことが考えられる。

①継続的な契約関係の離脱一般に関する規定

i) 解約妨害の禁止

ii) 事業者が、契約からの合理的な離脱方法を消費者に提供するよう努めるものとする規定又は消費者が合理的に離脱できる状態を確保するよう配慮することとする規定

iii) 解約の方法・条件に関する事業者の情報提供の努力義務規定

②契約期間の更新時に関する規定

③契約の変更時に関する規定

④継続的な契約の当事者である消費者の死亡時の対応手順に関する規定

- 第3回の検討会では、契約締結過程や契約条項以外の場面にも規律を及ぼすべきであるという趣旨については概ね賛同が得られたものの、例えば以下のような点について指摘があった。

- 規律すべき対象である継続的な契約とは具体的にどのような契約を指すかを明確にしておくべきではないか。
- 解約妨害として禁止される行為の範囲を明確にすべきではないか。
- どのような内容の通知義務をどのような場面で課すべきか。
- 一律の通知義務を課することが過大ではないか。

- 以上を踏まえ、今回は、契約締結過程にとどまらない規律をどのような契約に及ぼすべきか並びにその規律の内容及び効果はどのようなものが適切かについて御議論いただくことが考えられるのではないかと。

第1. 各規律の対象場面について

- ①（継続的な契約関係の離脱一般に関する規定）の規律は、消費者による正当な離脱を容易にすることを目的とするものである。

この観点からは、事業者から物品等が継続的に提供され続ける場合には、消費者がそれを止めるために一定の行動を取る必要があるため、それにあたり、妨害を受ける、離脱方法に負担が伴う、解約の条件・方法がわからないといった問題が生じやすいと考えられる。

このような規律の対象について、近時普及している継続的な消費者契約の典型がサブスクリプションサービスであることを踏まえ、これを念頭に置くことが考えられる。

そこで、事業者が物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものを継続的に提供し続ける消費者契約を対象とし、そこからの離脱の場面を想定することが考えられるのではないか。その場合、期間の定めがない契約だけでなく、期間の定めがある契約も対象にする（更新により継続する場合も対象にする。）ことが考えられるのではないか。

事業者による目的物の提供が継続せず、事業者の履行が一回で完了すると考えられる以下のような場合は規律の対象にしないことが考えられるのではないか。

- 商品・役務が契約締結から時間的間隔において事業者から一回的に提供される場合
- 目的物の提供は一回的な場合で、消費者が相当期間にわたって対価を支払い続ける場合
- 目的物の提供は一回的な引渡しをもって完了し、目的物を継続的に提供し続けるわけではない使用貸借契約や賃貸借契約等といった場合

検討事項（2/16）

- ②（契約期間の更新時に関する規定）については、期間の定めがある契約が更新される場面における消費者の離脱機会の確保を目的とするものであるから、当該場面に着目した規律を設けることが適当と考えられるのではないか。
- ③（契約の変更時に関する規定）については、既に締結されている契約が不利益に変更される場面において、消費者が契約内容を認識し把握することを目的とするものであるから、当該場面に着目した規律を設けることが適当と考えられるのではないか。
- ④（継続的な契約の当事者である消費者の死亡時の対応手順に関する規定）については、契約当事者である消費者が死亡した後も事業者が目的物を提供し続ける場合に特に対処の必要性が高いと考えられることを踏まえ、上記①同様、消費者契約一般についての規律としては事業者が物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものを継続的に提供し続ける消費者契約を対象とすることが考えられるのではないか。

（論点整理の抜粋）

サブスクリプションサービスを始めとする継続的な消費者契約の普及により、契約締結過程や契約条項以外の場面におけるトラブルが生じていることを踏まえて、継続的な消費者契約（※）に関して必要な一般的規律を整備することとしてはどうか。

（※）同等の商品・役務が相当期間にわたって提供され続ける場合を想定。その場合、更新により継続する場合を含むことが考えられる。

第2. 継続的な契約関係からの離脱一般に関する規定

- 論点整理では、継続的な契約関係からの離脱一般に関する規定は以下のとおり整理されている。
 - i) 解約妨害の禁止
 - ii) 事業者が、契約からの合理的な離脱方法を消費者に提供しよう努めるものとする規定又は消費者が合理的に離脱できる状態を確保しよう配慮することとする規定
 - iii) 解約の方法・条件に関する事業者の情報提供の努力義務規定
- これらの規定は、実体法上消費者が有する解約権の行使を妨げることを抑止し、行使の実現を容易にするための規定として定めることが考えられるのではないか。
- なお、実体法上、消費者が解除権・解約権を有していない場合に、消費者契約法で消費者契約一般に新たな解約権を規定することはしないことが考えられるのではないか。

検討事項（4/16）

1. 解約妨害の禁止

(1) 解約妨害として禁止すべき行為の範囲

- 解約妨害として禁止すべき範囲について、論点整理では「健全な商慣習に照らし不当に消費者の解約を妨げる行為・環境設計を想定」という考え方が示されたが、事業者及び消費者双方にとって予見可能性の高い規律とするため、禁止行為として規律する対象を一定の不当な行為に限定した上で、禁止する行為の具体的内容を明確にすべきと考えられる。
- 上記を踏まえると、禁止行為のイメージとして、以下のようなものが考えられるのではないか。

i) 消費者の解約を妨げるために行う以下の行為

- ・ 消費者が解約をするかどうかについての判断に通常影響を及ぼす事項についての不実告知
- ・ 将来における変動が不確実な事項についての断定的判断の提供
- ・ 消費者が解約をしようとしている場所からの退去妨害
- ・ 消費者が解約をしようとしている場所からの不退去
- ・ 消費者から解約の申入れを受けることを拒否する行為・不当遅延
- ・ 上記のほか、健全な商慣習に照らし不当に消費者の解約を妨げる行為・環境設計（※）

（※）下位法令で具体的な行為を規定することを想定。

ii) i) のほか、解約に関して消費者を欺く行為・威迫して困惑させる行為

- #### iii) 解約によって実現されるべき状態を妨げる行為として、解約によって事業者が生じる債務の履行の不当な拒否・遅延

（2） 解約妨害の効果について

- 解約妨害の禁止規定は、消費者が解約権を有するにもかかわらず、事業者がその行使を妨げるという不当な行為を禁止すること（更新拒絶が可能であるにもかかわらずそれを妨げることを禁止することも含む。）を目的として規定し、消費者が当該時点において契約から離脱する権利を有する場合に限定した規律であると考えられるのではないか。その場合、事業者が解約妨害行為をした場合の効果として、更に消費者に解約権を発生させる民事的な規定を置く必要性はなく、解約妨害禁止の規律に違反した場合の法的効果として一律に民事的な効果を規定する必要はないと考えられるのではないか。
- 事業者による同様の解約妨害行為の未然防止又は拡大防止を図り、消費者の利益を擁護するべく、適格消費者団体の差止請求の対象とすることが考えられるのではないか。

（論点整理の抜粋）

- 上記のうち解約妨害の禁止（①のi））、契約の変更時の通知義務（③）については、差止請求制度を発展・活用し、適格消費者団体が禁止行為の差止めや義務行為の実施を請求することを可能とする。

2. 解除等の方法の提供に関する事業者の努力義務規定

- 論点整理では、継続的な契約関係からの離脱一般に関する規定として「事業者が、契約からの合理的な離脱方法を消費者に提供するように努めるものとする規定又は消費者が合理的に離脱できる状態を確保するように配慮することとする規定」を置くことが提案された。
- 事業者が物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものを継続的に提供し続ける消費者契約においては、契約途中で契約についてのニーズに関する事情が変化するという特性があることを踏まえ、消費者が正当に離脱可能な場合には、その方法において容易に離脱できるようにすることが望ましいところ、事業者に対し、消費者に契約からの合理的な離脱方法を提供するように求める規律を設ける必要があると考えられる。
- 規定として、合理的な離脱方法の「提供」か、合理的に離脱できる状態を確保する「配慮」かのいずれによるかについては、より直截的に事業者に行方を求める観点から前者によることが考えられる。
- 消費者契約からの離脱方法の合理性は各契約により様々であるため、消費者契約一般として定める規律は義務ではなく努力義務として定めることが考えられる。
- 以上を踏まえ、規律のイメージとして、以下のようなものが考えられるのではないか。

事業者は、事業者が物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものを継続的に提供し続ける消費者契約の解約に関し、消費者契約の解約について適切な方法を定める（※）よう努めなければならない。

（※）消費者契約の締結の方法と同等の方法を含む複数の方法を提供すること等を想定

3. 解除等の方法・条件に関する事業者の情報提供の努力義務規定

- 論点整理では、「解約の方法・条件に関する事業者の情報提供の努力義務規定を継続的な契約の特性に応じて整備」すると整理されていた。
- 現行法上、事業者が、契約の締結について勧誘をするに際して、消費者の権利義務その他の契約の内容（解約の条件等）についての必要な情報を提供する努力義務を規定し（消費者契約法第3条第1項第2号）、また、消費者の求めに応じて、契約により定められた当該消費者が有する解約権の行使に関して必要な情報（解約の手順等）を提供する努力義務を規定している（同項第4号）。
- しかし、事業者が物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものを継続的に提供し続ける消費者契約においては、契約途中で契約についてのニーズに関する事情が変化するという特性があることに鑑みれば、契約の解約に関する情報については、契約の締結について勧誘をする場面や消費者の求めがある場面以外においても、情報として提供されるべきと考えられる。
- 消費者契約法第3条第1項第2号、第4号に規定されている従前の努力義務を前提に、事業者が物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものを継続的に提供し続ける消費者契約の特性に応じて規定を整備することから、上記各号と同様に、努力義務とすることが適切と考えられる。
- 以上を踏まえ、規律のイメージとして、以下のようなものが考えられるのではないか。

事業者は、事業者が物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものを継続的に提供し続ける消費者契約に関し、解約に関する情報（※）を提供するよう努めなければならない。

（※）解約の条件、連絡先、方法等を想定

（参考）

○消費者契約法（平成12年法律第61号）

（事業者及び消費者の努力）

第三条 事業者は、次に掲げる措置を講ずるよう努めなければならない。

一 （略）

二 消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものの性質に応じ、事業者が知ることができた個々の消費者の年齢、心身の状態、知識及び経験を総合的に考慮した上で、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供すること。

三 （略）

四 消費者の求めに応じて、消費者契約により定められた当該消費者が有する解除権の行使に関して必要な情報を提供すること。

2 （略）

第3．契約期間の更新時に関する規定

1．事前の通知の対象となる場面について

- 契約の更新に際して、消費者は契約を更新しないことで、契約から離脱することができる。事業者及び消費者の合意に基づいて更新する場合には消費者は合意をしないことで契約を更新しないことができると考えられるが、一方で、自動更新の場合については、更新しない旨の申出をする機会を確保するため、事業者の消費者に対する事前の通知を求める必要があると考えられる。
- 消費者が更新しない旨の申出をする機会を確保するための規律のイメージは、例えば以下のようなものが考えられるのではないか。

事業者は、消費者契約の自動更新に際し、消費者が更新しない旨の申出をする機会を確保するため、あらかじめ、消費者に対し、更新をしない旨の申出に関して必要な情報（※）を通知するよう努めなければならない。

（※）当該申出の時期及び方法、更新後の契約期間などを想定

- 契約の更新時の通知を求めることにより、消費者が契約関係にあること自体を忘却してしまう可能性があるような場合（サービスを目的とするサブスクリプション契約等）に消費者が契約の存在を再認識することにもつながることが期待できるのではないか。

2．効果について

- 契約期間の長さや契約の内容によって、契約期間の更新時に求められる通知の在り方は様々であり、更新頻度も様々であることから、一律に通知を義務付けることには馴染みにくく、消費者の通知疲れにつながるという指摘もなされている。また、契約内容が不利益に変更される場合と異なり、従前の契約と同一の契約が継続するに過ぎないことから、一律に義務を課すのではなく、個々の契約に応じた努力義務とすることが適当であると考えられるのではないか。

(論点整理の抜粋)

②契約期間の更新時に関する規定

契約期間が更新される場合に、消費者が（合理的な条件の下で）契約から離脱する機会を確保するための、事業者の消費者に対する事前通知の努力義務規定（※）

（※）通知事項としては、例えば、更新の方法・条件、解約料・追加の負担・不利益なく解約を申し出ることができる期間があればその期間、上記の期間外で解約を申し出ることによる解約料・追加の負担・不利益の内容、更新後の契約期間が考えられる。

第4. 契約の変更時に関する規定

1. 事前の通知義務の対象となる場面について

- 消費者契約の重要事項について変更が生じる場面は、当事者の合意による場合か、（合意なく一方的に変更可能な）定型約款の変更（民法第548条の4）による場合が考えられる。このうち、当事者の合意による場合は、合意の対象が消費者に示されていない場合は合意できないため、事前の通知義務の対象場面としては定型約款の変更による場合とすることが考えられるのではないか。

2. 定型約款の変更に関する民法の規定との関係について

- 民法上、相手方の一般の利益に適合する場合（民法第548条の4第1項第1号）と、それ以外の場合で一定の要件を満たす場合（同項第2号）のいずれも周知が求められる（同条第2項）、後者の場合は事前に周知しなければ変更の効力が生じないこととされている（同条第3項）。
- 他方で、この場合には周知がされるものの、個々の消費者においては変更の事実を知らない間に契約が変更されている場合もあり得る。特に消費者の支払う対価や、給付・サービスの内容のような一定の重要事項の変更であって、相手方の一般の利益に適合する場合以外の場合については、現に契約関係にある消費者が契約内容を認識し把握するため、消費者に対する一層の情報提供が求められると考えられるのではないか。
- そこで、定型約款の変更（民法第548条の4第1項第2号の規定による場合）で、かつ、契約の重要事項（※）の変更の場合について、個別の通知義務を規定することが考えられるのではないか。

（※）例えば、商品・基本的なサービス内容の変更、料金の値上げ等を想定。

(参考)

○民法（明治二十九年法律第八十九号）

（定型約款の変更）

第五百四十八条の四 定型約款準備者は、次に掲げる場合には、定型約款の変更をすることにより、変更後の定型約款の条項について合意があったものとみなし、個別に相手方と合意をすることなく契約の内容を変更することができる。

一 定型約款の変更が、相手方の一般の利益に適合するとき。

二 定型約款の変更が、契約をした目的に反せず、かつ、変更の必要性、変更後の内容の相当性、この条の規定により定型約款の変更をすることがある旨の定めの有無及びその内容その他の変更に係る事情に照らして合理的なものであるとき。

2 定型約款準備者は、前項の規定による定型約款の変更をするときは、その効力発生時期を定め、かつ、定型約款を変更する旨及び変更後の定型約款の内容並びにその効力発生時期をインターネットの利用その他の適切な方法により周知しなければならない。

3 第一項第二号の規定による定型約款の変更は、前項の効力発生時期が到来するまでに同項の規定による周知をしなければ、その効力を生じない。

4 第五百四十八条の二第二項の規定は、第一項の規定による定型約款の変更については、適用しない。

3. 個別通知を行うことが困難な場合の対応について

- 消費者契約の種類・内容によっては、事業者が消費者の連絡先を把握していない場合もある。このような消費者に対して個別通知を行うことが困難な場合については、通知に代わる措置をとることで足りると考えられるのではないか。

4. 規律の内容について

- 上記 1. から 3. までを踏まえると、契約の変更時の個別通知義務に関する規律のイメージとしては、以下のようなものが考えられるのではないか。

事業者は、民法第548条の4第1項第2号の規定により定型約款の変更をする場合で、かつ、契約の重要事項（※1）の変更をする場合には、当該変更をする前に、現に契約関係にある消費者に対して、次に掲げる事項（※2）を通知しなければならない。
ただし、当該消費者への通知が困難な場合であって、当該消費者の権利利益を保護するため必要なこれに代わるべき措置をとるときは、この限りでない。

（※1）「重要事項」については、消費者契約法第4条第5項を参考に、以下のようなものを想定

- ・消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容であって、消費者が契約関係を維持するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの
- ・消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件であって、消費者が契約関係を維持するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの
- ・消費者の生命、身体、財産その他の重要な利益についての損害又は危険を回避するために通常必要であると判断される事情

（※2）当該変更後の当該消費者契約の内容、当該変更の効力発生時期、当該変更がされる前に当該消費者契約の解約をすることができる期間、条件及び方法等を想定

（参考）

○消費者契約法（平成十二年法律第六十一号）
（消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し）

第四条

（略）

- 5 第一項第一号及び第二項の「重要事項」とは、消費者契約に係る次に掲げる事項（同項の場合にあっては、第三号に掲げるものを除く。）をいう。
- 一 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容であって、消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの
 - 二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件であって、消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきもの
 - 三 前二号に掲げるもののほか、物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものが当該消費者の生命、身体、財産その他の重要な利益についての損害又は危険を回避するために通常必要であると判断される事情

5. 通知義務違反の効果について

- 契約の内容の変更の個別通知については、同一の内容の契約が更新される場合とは異なり、契約内容が変更され、当該変更内容が消費者の一般の利益に適合する場合以外であることを踏まえれば、努力義務としてではなく、義務として規定することが考えられるのではないか。
- 民法上、定型約款の変更については、契約内容が変更され、当該変更内容が消費者の一般の利益に適合する場合以外の変更であっても一定の要件を満たす変更については、事前の周知で足りるとされている（民法第548条の4第1項第2号、同条第3項）。定型約款は、典型的には不特定多数を相手方とする取引を画一的に行うことを目的として用いられるものであり、定型約款の変更に関する規定は、このような定型約款の性質から、一定の場合には、相手方の個別の同意を得ることなくその変更を可能とする点に意義がある。そのため、事前の個別通知をしなければ変更の効力が生じないこととするのは、民法の定型約款の変更に関する規定の趣旨に反することとなり、適当ではないと考えられるのではないか。
- 通知義務について、差止請求制度を発展・活用して、適格消費者団体が事業者に対して義務行為の実施を請求することを可能とすることについては、以下の点でさらなる検討を要すると考えられるのではないか。
 - 既に行われた変更について事業者的通知義務の実施を請求することに、どのような意味があるのか。
 - 将来行われ得る変更について事業者的通知義務の実施を請求することは、紛争の成熟性及び請求の特定性があると言えるのか。

(論点整理の抜粋)

③契約の変更時に関する規定

契約の重要事項の変更であり、かつ当該契約の当事者であるおよそすべての消費者の利益に適合する場合以外の場合に、消費者が（合理的な条件の下で）契約から離脱する機会を確保するため、事業者の消費者に対する事前の通知を義務付ける規定（※）

（※）通知事項としては、例えば、変更後の契約内容、変更の効力発生時期、契約が変更される前に当該契約を解約することができる期間・方法・条件が考えられる。

・・・

○上記のうち解約妨害の禁止（①の i））、契約の変更時の通知義務（③）については、差止請求制度を発展・活用し、適格消費者団体が禁止行為の差止めや義務行為の実施を請求することを可能とする。

第5. 継続的な契約の当事者である消費者の死亡時の対応手順に関する規定

- 事業者が物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものを継続的に提供し続ける消費者契約においては、契約の当事者である消費者が死亡した場合であっても、事業者が引き続き目的物・役務を提供し続けることがある。この場合、相続人から事業者に対し、契約内容の確認や解約に関する問合せをすることが想定されるが、相続人にとっては、被相続人が締結していた契約の存在・内容や必要な手続が必ずしも明らかでないことも多く、どうすればよいか分からない場合があると考えられるのではないか。
- もっとも、事業者において、消費者が死亡した事実を当然に把握・確認することは困難であると考えられる。そのため、消費者の死亡を端緒として事業者に一律に積極的な対応を求めるのではなく、相続人から問合せ等があった場合に円滑に対応できるよう、あらかじめ対応手順を整備しておくことが重要であると考えられるのではないか。
- 一方で、消費者契約は様々であるから、上記の対応手順について事業者一律の義務を課すことは困難であることから、当該規定は努力義務とすることが考えられるのではないか。
- 以上を踏まえると、事業者が物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものを継続的に提供し続ける消費者契約の当事者である消費者の死亡時の対応手順に関する規定のイメージとしては、以下のようなものが考えられるのではないか。

事業者は、事業者が物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものを継続的に提供し続ける消費者契約について、相続人から問合せがあった場合の当該契約に関する情報提供及び解約の手続、当該者が相続人であることの確認の方法等についてあらかじめ定めるとともに、周知するよう努めなければならない。

(論点整理の抜粋)

④継続的な契約の当事者である消費者の死亡時の対応手順に関する規定

事業者が、契約当事者である消費者が死亡した場合や一定期間利用がない場合等の対応手順についてあらかじめ定め、消費者に事前に説明する努力義務規定

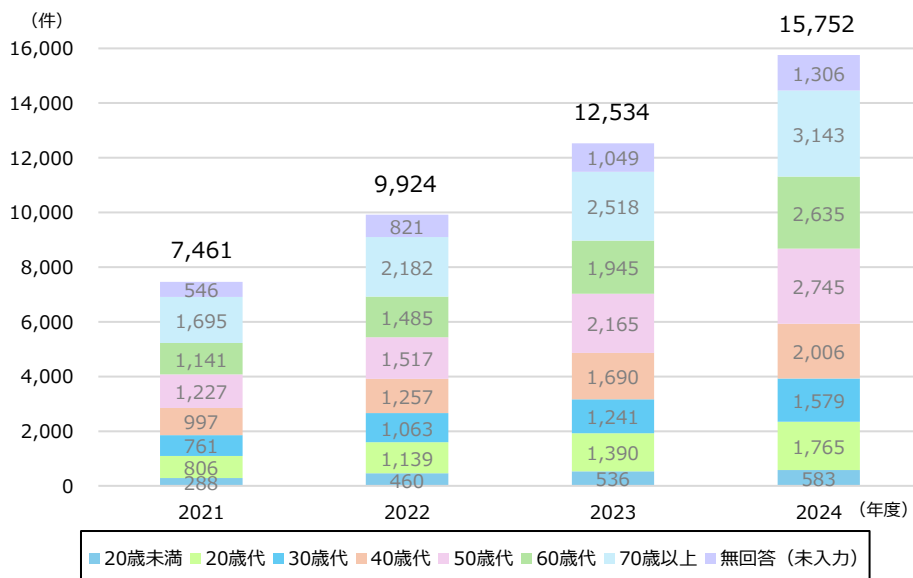
参 考

➤ 近時、サブスクリプションサービスを中心としたトラブルが増加していると考えられる。

○「サブスクリプション」に関する消費生活相談件数

- 「サブスクリプション」に関する消費生活相談件数は、増加している。

「サブスクリプション」に関する消費生活相談件数の推移（年齢層別）



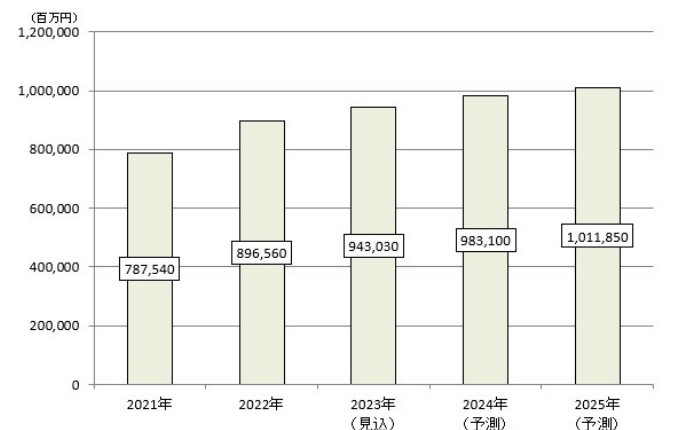
(備考)

- 全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET) に登録された消費生活相談情報 (2025年11月4日までの登録分)。
- 「サブスクリプション」という内容キーワードが含まれている相談件数。

○サブスクリプションサービス国内市場規模推移・予測

- 消費者向け (BtoC) サブスクリプションサービス国内市場規模 (定期宅配サービスは除く) は、拡大傾向にある。

サブスクリプションサービス国内市場規模 (7市場計) 推移・予測



(単位:百万円、%)

	2021年	2022年	2023年 (見込)	2024年 (予測)	2025年 (予測)
7市場計	787,540	896,560	943,030	983,100	1,011,850
(前年比)	-	113.8%	105.2%	104.2%	102.9%
(CAGR)	-	13.8%	9.4%	7.7%	6.5%

矢野経済研究所調べ

注1 エンドユーザー (消費者) 支払額ベース

注2 市場規模は消費者向け (BtoC) とし、①ファッション分野、②飲食店サービス・テイクアウト分野、

③ライフスタイル分野 (家電・インテリア、住居・スペース、乗り物、家事支援サービス、ベビー・子ども関連サービス等)、

④レジャー・エンタメ分野、⑤情報コンテンツ分野、⑥教育分野、⑦メディカル・ヘルス分野の7市場を対象とする。

注3 2023年は見込値、2024年以降は予測値

出典：株式会社矢野経済研究所 サブスクリプションサービス市場に関する調査を実施 (2023年) より抜粋

https://www.yano.co.jp/press-release/show/press_id/3416

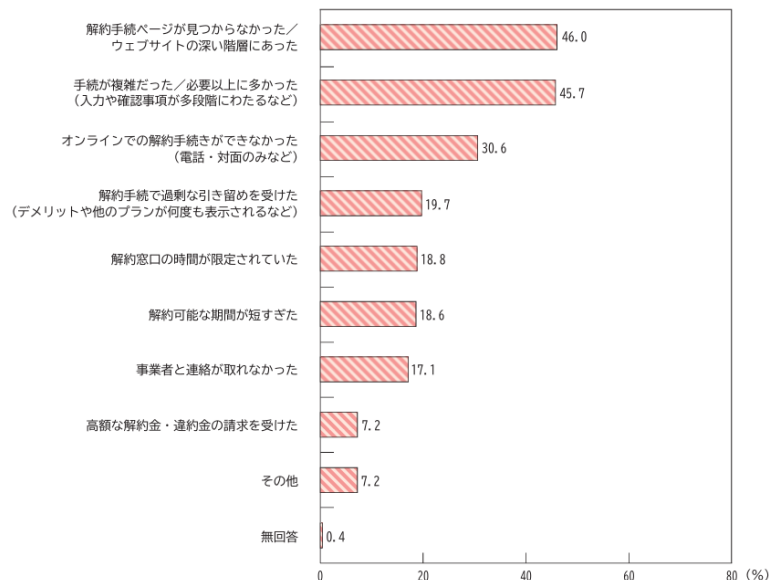
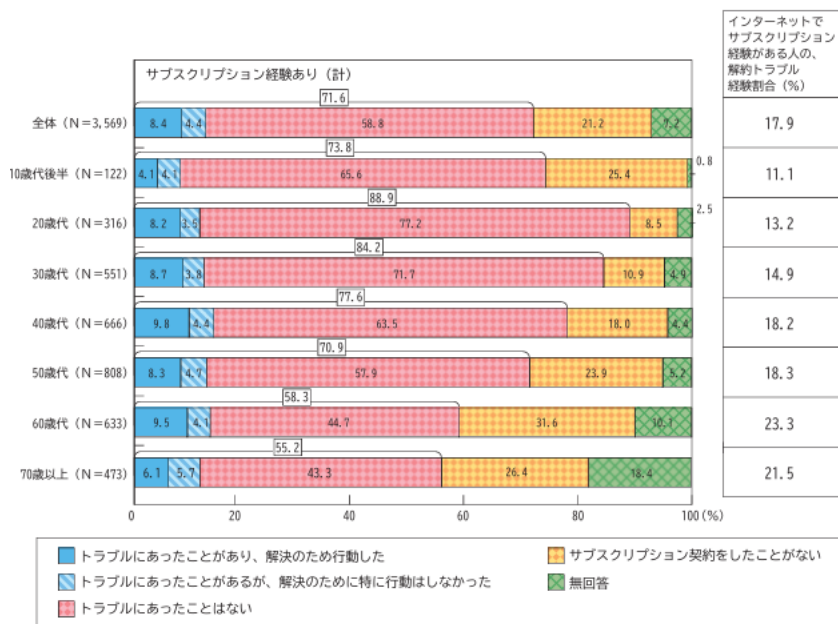
参考 (2/4)

インターネットでのサブスクリプション契約における解約トラブル経験 (年齢層別)

サブスクリプション契約における解約トラブル内容

- 過去1年間に、インターネットで商品・サービスの購入・申込みをしたことがあると回答した人のうち、71.6%がサブスクリプション契約(※)の経験があると回答。
 - また、インターネットでサブスクリプション契約をしたことがある人のうち、解約に関するトラブルに遭ったことがある人の割合は、全体で17.9%となっている。
- (※) 定められた料金を定期的に支払うことにより、一定期間、商品やサービスを利用することができるサービスの契約

- 解約手続きページが見つからない、解約手続きが複雑等といったトラブルが生じている。
- 「解約手続きページが見つからなかった／ウェブサイトの深い階層にあった」と回答した人の割合が、46.0%と最も高く、次いで、「手続きが複雑だった／必要以上に多かった(入力や確認事項が多段階にわたるなど)」が45.7%であった。



- (備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2025年度)により作成。
 2. 「具体的なトラブル内容について、当てはまるものを全てお選びください。」との問いに対し、回答した人が、全体の多い順に表示(複数回答)。
 3. 母数は、「過去1年間に、インターネットで商品・サービスの購入・申込みをしたことはありますか。」との問いに対し、「はい」と回答した人のうち、「インターネットでサブスクリプション契約などの商品・サービスを購入・申込みした際に、解約に関するトラブルにあったことはありますか。」との問いに対し、「トラブルにあったことがあり、解決のために行動した」又は「トラブルにあったことがあるが、解決のために特に行動はしなかった」と回答した人。
 4. N=457

参考（3 / 4）

- 論点整理では、「デジタル取引・特定商取引法等検討会との連携に留意する」と整理されていたところ、「デジタル取引・特定商取引法等検討会」では、インターネット取引一般における解約場面での規律のあり方について検討が行われている。

（4）検討事項2 解約手続妨害への対応

（検討事項2）

解約手続を不当に遅延させる事案や、契約手続に比べて合理的理由なく過度に複雑な解約手続を課す事案に対してどのように対応すべきか（解約場面におけるダークパターンに関する議論）。

論点・検討の方向性

- ①インターネット取引において、ダークパターンの一つとして、解約手続を妨害することにより、消費者による権利行使が阻害されているケースが見られる。具体的には、解約が電話限定・チャット限定など極端に限定されているケース、解約窓口への電話・チャット等が長時間つながらないケース、解約手続に際して合理的理由なく過度に多くの入力項目や複数の確認画面を経ることが求められるケース等が見られる。
- ②現行の通信販売類型においては、解約等を妨げることを目的として、解約等に関して不実のことを告げる行為は禁止されているが、解約手続を不当に遅延する行為や、解約手続に過重な障壁を課すような手続設計については、禁止行為の対象とされていない。
- ③これらを踏まえ、1)解約手続を不当に遅延させる事案や、2)契約手続に比べて合理的理由なく過度に複雑な解約手続を課す事案に対して、対応すべきではないか。
- ④例えば、契約がオンラインで成立するにもかかわらず解約は電話に限定する場合や、解約に際して合理的理由なく複数の追加手続を要求する場合、解約手続の入口が著しく分かりにくい表示となっている場合等について、解約等の実効的な行使を妨げる行為として禁止することが考えられないか。

パターン5 キャンセル困難

✓定義

- 事業者への申込みの手の続の難易度と、解約の難易度が釣り合わない。

✓具体例

ご存じですか？
契約中は、いつでも・どこでも・追加料金なしで、
すべてのカリキュラムにアクセスできます

対応端末：
・パソコン
・タブレット
・スマートフォン

今回は不要です。続ける

次に進む前に・・・

毎月のお支払いが負担に感じられる場合、契約料金が70%割引となる特別なアップグレードオファーをご用意しています。この場合、月額はずか1,000円となります。

70%割引
12か月間 12,000円
詳しくはこちら

ホームに戻る 今回は見送る 続ける

(資料) FTCスタッフレポート「Bringing Dark Patterns to Light」内事例を元に消費者庁作成

- ① 電話やメール・サポートフォームでの解約を一切受け付けず、ウェブサイト上での見つけにくく長くわかりづら解約手順のみを消費者に強制。
- ② 消費者は複数ページにわたるプロモーション・リンクを経由する必要があり、最初の画面には「解約」という言葉が一切ない。
- ③ 解約手順の別の画面では「特別アップグレードオファー」が表示され、消費者は「続ける」ボタンをクリックしないと解約を進められない（特別オファーの手続を続けるように見える）。

✓禁止すべき行為

- 解約に関し、契約の申込みに比べて特段の理由なく手続を過度に複雑化することで、一般消費者による解約の意思表示を困難にする表示・UI

34