

消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会
これまでの議論の整理（案）

1 消費者法で何を実現するか

（1）消費者の自由・自律性の保障や、安心・安全・幸福の保障等の目的規定

- ① 「消費者・事業者間の情報の質・量、交渉力の格差」のメルクマールのリバイス（消費者保護の正当化根拠の在り方）
 - ・交渉力以外の能力格差（情報活用能力、脆弱性への対応能力等）の考慮
 - ・消費者・事業者間の格差以外のメルクマール
- ② 消費者の脆弱性の利用に対する規制法としての役割

2 消費者法の対象主体とその考え方

（1）消費者概念の再考

- ① 消費者法のターゲットである「消費者」
 - ・「消費をする者」か「（格差の劣位にある／脆弱な）自然人」か
- ② 消費者の脆弱性への対応
 - ・現在の消費者法が前提としている「一般的・平均的・合理的」消費者概念の妥当性
 - ・消費者の「不合理さ」「脆弱さ」を正面から捉えた法制度の必要性
 - ・一般的消費者が持つ状況的脆弱性と若年・高齢・貧困等による類型的・属性的脆弱性
- ③ CtoCの売り手Cの扱い
 - ・売り手Cを保護する必要性（プラットフォーム利用者を保護する仕組み等）
 - ・売り手Cと取引する消費者（買い手C）の保護の在り方

（2）事業者の多様性の考慮

- ① 悪質性の度合に応じた対応
 - ・事業者の悪質性に応じた法執行措置の複層化・連携化の必要性
- ② 取引当事者以外の事業者
 - ・売り手、買い手、契約相手、取引基盤（プラットフォーム、決裁機能等）提供者、情報・広告提供者といった複数当事者の存在を踏まえた消費者法の在り方（複数当事者を対象として整備すべきか、それぞれ1対1関係で整備すべきか）

（3）国の役割、事業者団体や消費者団体といった中間団体の役割の再考

- ① 国（行政）の機能拡充の必要性
 - ・規制のスマート化、縦割りの排除、消費者法の規制権限の統合的な執行
 - ・情報利活用のための環境整備と情報の信用を担保するための仕組み
 - ・契約条項の適法性評価・勧告のような仕組みによる民事ルール形成
 - ・消費者（団体）の強化、事業者（団体）との協働
 - ・事業者が法・制度を遵守するためのインセンティブ設計

② 中間団体の役割

- ・消費者団体の役割の明確化と、それに見合った消費者団体の認定・育成の必要性
- ・適格消費者団体が新たな役割を担う可能性（プラットフォームの格付け、デザインの監視・評価、等）
- ・事業者団体の役割の位置づけ

3 消費者法に何が必要か

(1) A I 等の技術が果たす役割、法と技術の関係の整理

- 法によって技術の役割と限界を画する必要性
 - ・ダークパターン、A I 等についての消費者法における規制の必要性
 - ・統計的A I により不可避的に発生するエラーを重大被害につなげないための仕組み

(2) 社会の変化等に対応して新たに必要になる法規定

① 高齢化の進展に伴い新たに必要になる法的対応

- ・認知症高齢者など類型的・属性的な脆弱性を念頭に置いた法制度の必要性
- ・判断力が低下した者の消費者法での保護の必要性（成年後見制度対象程度に至らない者、同制度の利用を望まない者）

② デジタル化の進展に伴い新たに必要になる法的対応

- ・ダークパターンに対する法規定の在り方
- ・消費者の限定合理性を前提とした制度の必要性
- ・A I を使ったサービスに関するルール形成の在り方（体制整備義務、透明性確保、事後的監査 等）
- ・サブスクリプション型契約への法的対応
- ・プラットフォーム提供者の役割の拡大

③ デジタル化による「越境取引」の普遍化への対応

- ・現行の準拠法ルールの見直しの必要性
- ・日本の消費者向けに事業を行う事業者に対する行政法規による規制の必要性
- ・プラットフォーム提供者等の事業者に紛争処理の仕組みを義務化することの必要性

(3) 様々な法的手法の役割分担と関係性の検討

① 法形成におけるハードローとソフトローの組み合わせ

- ・民事ルール・行政規制・刑事罰の役割分担と競合
- ・公私共働（自主規制、共同規制、消費者団体訴訟制度 等）
- ・業法と消費者法、消費者法間の役割分担

② 「消費者契約法」の可能性

- ・抽象度・予見可能性・柔軟な効果の関係
- ・対象場面や規定のバリエーション拡充
- ・行政規制導入の可能性
- ・フランス濫用条項委員会のような消費者・事業者対話型の仕組みの可能性

（4）被害・損失をリカバリーする仕組みの検討

- 柔軟な被害救済を図るための選択肢の拡充の必要性
 - ・契約・取引に起因する消費者の被害・損失への対応（消費者契約における損害賠償規定、解除権や契約履行過程の規定等を新設する必要性 等）
 - ・契約・取引に帰し難い消費者の被害・損失への対応（AI が不可避的にもたらす被害への対応 等）