

# 説明資料

－ 消費者契約の各過程に関する必要な規律等 －

令和 8 年（2026年） 3月31日  
消費者庁

# 目次

---

## 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

- 検討の方向性
- 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

- 検討の方向性
- 検討事項

# 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

# 検討の方向性 (1/2)

- 1 巡目の議論では、「継続的な契約」の範囲については、提供される商品・役務の内容や取引条件という観点から、以下の要素に着目して議論を行った。
  - i ) 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
  - ii ) 商品・役務が契約締結から時間的間隔をおいて提供される場合
  - iii ) 相当期間にわたって対価を支払い続ける場合
  
- このうち、i ) は、典型的にはいわゆる物品・役務等のサブスクリプション契約が当てはまる。
  - ii ) については、例えば同時履行以外のあらゆる消費者契約のうち、どのような契約を対象として切り分けるのか等の整理の必要がある。
  - iii ) については、もっぱら消費者の義務だけが履行され続ける場合であり、例えば分割払い等との整理の必要がある。
  
- まずは、i ) の場合を念頭に「継続的な契約」に対する各規律について検討することが考えられるか。
  
- そのうえで、ii ) 、iii ) の場合についても各規律について適用する必要性・可能性があるのか検討することが考えられるか。

## 検討の方向性（2/2）

- 継続的な契約において、消費者が契約関係からの将来的な離脱を希望するときに問題となる以下の場合について、必要な規律を検討することが考えられるか。
  - ・ 任意の解約権が設定されていても、その存在や行使の方法が消費者にとって分かりにくい等の理由で契約の解約が困難となっている場合
  - ・ 契約を解約することが妨げられている場合
- 継続的な契約においては、消費者が知らないうちに契約期間が更新されたり、契約を解約できる時期が限定されているため適切に契約関係から離脱することが難しい場合がある。このような継続的な契約の期間が更新される際に、消費者が契約を継続するかどうかを検討し、継続を希望しないときに適切に解約することができる機会を確保するため、必要な規律を検討することが考えられるか。
- 継続的な契約が消費者に不利益に変更される場合に、消費者が契約関係から離脱する機会を確保するため、必要な規律を検討することが考えられるか。
- 契約関係が一定期間継続する継続的な契約においては、契約期間中に消費者が死亡した場合にその相続人等が契約を解約できない問題に対応するため、必要な規律を検討することが考えられるか。

## (1) 継続的な契約関係からの将来的な離脱が問題となる場合の規律

### ア 継続的な契約からの将来的な離脱方法の確保について

- ① 継続的な契約については、事業者が、契約からの簡便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簡便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設けることが考えられるか。
- ② 規定方法については、法律上規範として規定しつつ、それ自体民事的な効力を定める規定とはしないことが考えられるか。
- ③ ①に加えて、継続的な契約については、必ずしも法定解除権がない場合についても、消費者が合理的な条件で契約を解約できる機会を確保するように事業者が義務を課す必要はあるか。

#### (関係する主な御意見)

- 事業者が、消費者の解除権行使に関する必要な情報提供を行うことや、簡便な離脱方法を提供することは検討が必要ではないか。
- 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。その対応として、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。
- 「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を求めることを検討すべきなのではないか。

(関係する主な御意見)

- 解約・解除手続の説明義務の強化であったり、望ましい例の公表などにとどめた上で、例えば同じ手段での解約受付の義務化のような一律の義務化というのは、過度な規制とならないように慎重に御検討いただきたい。
- 一般論として、消費者の利便を考えて、解約をしやすくするといったことについては異論はないが、何が分かりやすいのかといった点は個人にも差があるので、なかなか統一的に決めるというのは難しいと思う。例えば、若い方であればよく分かるようなUIでも、高齢者の方はなかなか見つけられないとか、そういったこともあるので、どこにそういった基準を置くのかといったところで、ある程度いい事例であるとかそういったところで、こういうのが理想的ですねといったところを示すということはあると思う。
- 一律にこういうふうな解約の仕方をしなさいとしてしまうと、恐らく事業者の側にとってはそれに対応し切れないという場合もあるかと思うので、それぞれの事業者の業態に応じた形で、解約について消費者にどのように配慮するかということを考えていただくと。その際には、消費者団体等の意見なども参考にさせていただくというような仕組みがつけられると非常にスムーズに進むのではないかと。
- 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。
- 契約の締結過程、勧誘時の問題ではなく、そこには問題がなかったとしても、継続的な契約の場合に、現行法では解約、離脱の手段がないという問題がある。我々は実務では、契約の性質によって、役務の場合であれば、委任、準委任として民法の委任の解約規定を使って解約に結びつけることをやっている。しかし、売買の場合には、民法に解約についてのデフォルトルールがないので、なかなか解約というのが難しい。
- 解約をしやすくするといったルールをつくるのであれば、例えば、契約期間を長くすることによって、消費者の得られたインセンティブであるとか、そういったことも考慮して考えるべき。

## (1) 継続的な契約関係からの将来的な離脱が問題となる場合の規律

### イ 継続的な契約の解約権の行使に関する情報提供について

- ① 継続的な契約について、解約権の方法・条件に関する情報提供義務を事業者に課すことが考えられるか。
- ② 規定方法については、法律上規範として規定しつつ、それ自体民事的な効力を定める規定とはしないことが考えられるか。
- ③ 情報提供義務について、「差止請求制度」(※)を発展・活用することが考えられるか。

※事業者が不特定かつ多数の消費者に対して所定の不当な行為を現に行い又は行うおそれがあるときに、適格消費者団体が当該事業者に対し当該行為の停止、予防、停止・予防に必要な措置をとることを請求することができる制度（消費者契約法第12条参照）。

(裁判例)

- ・ 契約締結を勧誘するに際しての不実告知の停止、従業員・委託勧誘者に周知徹底させる措置
- ・ 消費者契約法上無効となる条項を内容とする意思表示の停止、当該条項を記載した契約書の破棄、当該意思表示の停止・契約書の破棄について従業員に指示すること
- ・ 代金未納がない消費者に対する代金請求の停止、消費者に対する代金請求が誤りである旨の通知

等

(関係する主な御意見)

- 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。その対応として、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。【再掲】
- 消費者のニーズが変わっただけで最初に合意した条件を変更することには慎重であるべきだが、ニーズが変わった場合にどのような対応が可能かを消費者が認識できるように、解約の方法や時期についての情報提供は積極的に行われるべき。
- 事業者側に説明義務を課すとか、予防策としての通知義務を徹底させるという可能性がある。説明義務と通知義務というところについては、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る。
- 事業者が、消費者の解除権行使に関する必要な情報提供を行うことや、簡便な離脱方法を提供することは検討が必要ではないかと。【再掲】
- デジタルサービスを対象とする契約では、契約したこと自体あるいはサービスを楽しむ対価を払っていること自体を失念するケースが出てくるため、事業者側に通知義務を課していくということは考えられるのではないかと。すでにグッドプラクティスとして実施している事業者もあり、消費者のニーズの変動を事業者が探知する端緒として利用されていることも踏まえ、検討をするべきではないかと。
- 解約・解除手続の説明義務の強化であったり、望ましい例の公表などにとどめた上で、例えば同じ手段での解約受付の義務化のような一律の義務化というのは、過度な規制とならないように慎重に御検討いただきたい。【再掲】
- 解除権行使に関する情報提供の努力義務に関する消費者契約法3条1項4号は約定解除権に関する規定であるが、そのような限定が適切であるのかについて検討の余地があるのではないかと。

## (1) 継続的な契約関係からの将来的な離脱が問題となる場合の規律

### ウ 継続的な契約の解約が妨げられている場合の規律について

①事業者による解約妨害を禁止することが考えられるか。

②具体的にはどのような行為を解約妨害として禁止の対象とするか。

- ・健全な商慣習を超えて消費者の解約を妨げる行為・環境設計（度を超えた引き留め行為、電話にでない等により連絡が取れない、繰り返しのポップアップ表示・解約とは別の広告の表示等により解約手続に進ませないよう設計されたUI等）

- ・契約条項による解約妨害については、消費者契約法第8条以下の消費者契約の条項の無効の規定により対応することが考えられるか。

③規定方法については、法律上規範として規定しつつ、それ自体民事的な効力を定める規定とはしないことが考えられるか。

④解約妨害の禁止について、「差止請求」の対象を拡大することが考えられるか。

(関係する主な御意見)

- 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か。
- 事業者において、何ら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ことを一般的に明らかにするという観点から、一般的な禁止規範を設けることは考えられるのではないか。
- 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由来からなっていたが、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ー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のではないか。
- 消費者が事業者に対して、解約を申し入れたにもかかわらず事業者が受け入れないという状況に関して、行政指導に関する行政手続法33条を参考に、解約の意思が示されたのならば、事業者は「権利の行使を妨げるようなことをしてはならない」といった規定を置くことも考えられるのではないか。
- 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あり、こういったやり口は、やはり止める必要があるだろう。
- 特商法の対象類型について、解約妨害は既に一定程度規制されていると思う。特商法との関係についても御検討いただきたい。
- 民法で普通に意思表示を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、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る。

## (2) 継続的な契約の契約期間が更新される場合の規律について

- ① 継続的な契約の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、消費者に対する事前の通知義務を事業者に課すことが考えられるか。
- ② どのような事項を消費者に通知させることが考えられるか。
  - ・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
- ③ 規定方法については、法律上規範として規定しつつ、それ自体民事的な効力を定める規定とはしないことが考えられるか。
- ④ 通知義務について、「差止請求制度」を発展・活用することが考えられるか。

(関係する主な御意見)

- 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得る。
- 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るかということを知りたい。特に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するというのは合理的なことかと思うし、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あるから、それは十分あり得る話なのではないか。
- 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。その対応として、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。【再掲】

## (3) 継続的な契約が変更される場合の規律について

- ① 契約の変更が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は、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、消費者に対する事前の通知義務を事業者に課すことが考えられるか。
- ② どのような事項を消費者に通知させることが考えられるか。
  - ・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
- ③ 規定方法については、法律上規範として規定しつつ、それ自体民事的な効力を定める規定とはしないことが考えられるか。
- ④ 通知義務について、「差止請求制度」を発展・活用することが考えられるか。
- ⑤ 契約の変更が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についても、個々の消費者が契約から離脱する機会を確保するため、消費者に事前に通知するよう努力義務を課す必要はあるか。

(関係する主な御意見)

- 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。その対応として、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。【再掲】
- 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るというのも、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うが、そのタイミングで条件が変わるという場合に、変わるということを情報提供させるというのは、おかしくない。
- 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る。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るので、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。

## (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係る規律について

自然人である消費者が一定期間にわたり継続して当事者となる継続的な契約においては時間の経過により当事者が死亡する場合が典型的に生じ得るところ、消費者の死亡時を巡る問題状況について、

- ・ 相続人側として、何を解約すればよいか分からない場合、解約に応じてもらえない場合
- ・ 事業者側に死亡という事実が伝わっていない場合、死亡の事実は伝わっているがそれでも解約ができない場合
- ・ 事業者側が取引相手の本人確認を行っている場合と行っていない場合（後者の場合、事業者としては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く、かつ、これを排除して必ず本人確認を求めることには別の側面からの問題性が出てくる場合がある）

等の指摘があったことを踏まえ、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などの対応手順についてあらかじめ定めておき、消費者に事前に説明するよう事業者に努力義務を課すことが考えられるか。

(関係する主な御意見)

- 何を解約すればよいのか分からないパターンと、解約に応じてもらえないというパターンが想定される。それぞれ問題状況が異なっており、各々検討する必要があるのではないかと。
- 事業者側に死亡という事実が伝わっていないケースと、死亡の事実は伝わっているがそれでも解約ができないというケースが想定される。こちらについても、各々検討する必要があるのではないかと。
- 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。後者の場合、事業者としては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く、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場合がある。
- 日本の相続制度には公的な介入の度合いが小さいという特徴があるところ、消費者契約において、消費者が死亡した場合における権利義務の承継や解消について、事業者が一定の取り決めや仕組みを用意することが、相続の適切な実現にとって重要な意義を有するのではないかと。
- 事業者が商品・サービスの提供に際して、自発的に、消費者の死亡による相続に関する規律を設けることは考え難いので、この点に関する努力義務等を消費者契約法に設けることには重要な意義があると考えられる。
- 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、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。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かと。
- 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については、相続が生ずることを考慮しつつ、保険会社等の例も参考にしながら事前に何らかの合理性のある手段を用意するのがよいのではないかと。
- 事業者によって多少の区別が必要かと思うが、何が必要なのかということ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ではないかと。
- 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が、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。
- 気づいているけれども手続をどうするかの問題に関しては、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。手続の標準化というのが重要な考慮点になる。
- 事業者側の措置としては、解約手続の方法をあらかじめウェブサイトなどで分かりやすく周知するということも考えられるのかと思う。
- 第2回ワーキンググループでは一定期間利用がない場合に自動で解約されるというものが取り上げられているが、契約者が死亡した場合はそのほうが相続にとって望ましいということも考えられるかもしれないと思う。

## (5) 規律の対象となる「継続的な契約」の範囲について

これまでの検討を踏まえ、i) の場合に加えて、ii)、iii) の場合についても、(1) から (4) までの各規律について適用する必要性・可能性があると考えられるか。

- i) 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
- ii) 商品・役務が契約締結から時間的間隔をおいて提供される場合
- iii) 相当期間にわたって対価を支払い続ける場合

### (関係する主な御意見)

- 一度契約して途中で要らなくなったというのは、契約時に焦らされたり、つけ込まれたりといった類型であれば保護すべきとは思いますが、単に時間的間隔があるというだけで保護の必要性を認める必要はないのではないか。
- 1回の履行だけれども契約時から履行まで長期間間隔があるという場合については、生活環境などが変化するということを踏まえて、長期間後に履行されるといったものについても、果たして消費者が合理的な判断ができるのか。現行法では勧誘時の問題として処理し切れないというところの裏表の関係だと思う。結婚式場のトラブルなんかはまさにその典型例だと思う。そこもやはり一定程度、中途解約というものをルールとして設けた上で、清算をどうするのかというほうの問題で考えられるのではないかと。
- 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。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こと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った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。

## 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

# 検討の方向性

- 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は、1 巡目において、様々な問題や課題があり得る中で、取引に係る消費者問題として何が捉えられるのか、それに対してどのような対応が考えられ、その中で消費者契約法で対応できることとして何があるのかといった点について、消費者契約法の射程との関係を踏まえながら検討いただいた。
- これまでに出された意見を踏まえて、消費者契約法においていかなる対応が考えられるかについて更に検討することが考えられるのではないか。

- ①消費者契約法の適用対象である「消費者契約」とは消費者と事業者との間で締結される契約であるところ、消費者が金銭を支払う場合に限られず、自己の情報、時間、アテンションを提供する場合も含まれている（基本的に消費者契約法上の現行規定（取消権、契約条項の無効等）の適用を受けている）と整理（確認）することが考えられるか。

（参考）消費者契約法（抜粋）

（定義）

第二条 この法律において「消費者」とは、個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）をいう。

2 この法律（第四十三条第二項第二号を除く。）において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう。

3 この法律において「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう。

4 （略）

（適用除外）

第四十八条 この法律の規定は、労働契約については、適用しない。

②消費者契約法が対応し得る問題として消費者が望まない契約を締結するという自律的な意思決定の阻害が指摘されたところ、上記①の整理により既出の配慮の規定（※）を及ぼすことで、契約締結についての消費者の適切な判断を確保することが考えられるか。

（※）「消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律等」における事業者による配慮を促す仕組みについて、配慮の内容のうち選択の実質性を確保する観点によるものとして、

- ・ ミニマム・スタンダードとして、消費者の消費者契約を締結するか否かについての適切な判断を困難にすることがないようにすること
- ・ ベスト・プラクティスとして、消費者の消費者契約を締結するか否かについての適切な判断に資すること

を内容とすることを検討事項とした。

③上記以外の問題については、社会的な議論の成熟度に応じ、消費者法制度や消費者契約法による対応が必要かつ適切な場面は何かといった観点から、消費者教育の取組など法制度以外の施策や隣接法分野との関係等を踏まえながら、必要に応じて検討することが考えられるか。

## (関係する主な御意見)

- 消費者契約法において、「消費者契約」とは消費者と事業者との間で締結された契約であり、有償性は正面からは要件とされていない。個人情報とかアテンション、時間を提供する場合はそもそも無償契約ではない、あるいは負担が何かしらついている契約だという理解は可能かと思っているが、現行の枠組みを使う場合には、やはり契約があるのかどうかというところが一つの基準になる。
- 情報、時間、アテンションを提供する場合にも、ビジネスモデルとしては有償性があるものであって、契約関係や取引関係が存在するので、消費者契約法の中の不当な勧誘がないようにしなければならないとか、不当条項を使ってはいけないということは再確認する必要があるのではないかと。
- これまでの消費者契約法の議論で、金銭を対価として暗黙の前提としてきた部分は改める必要はあるが、対価としてアテンション等も含むということ前提とするならば、消費者が必ずしも望まない取引をさせられるところが消費者契約法上の問題点だと考えられ、主にその点に集中して扱えばよいのではないかと。
- 事業者が何かをするといったときに、アテンションと一定のサービスを交換するという消費者の意思形成に関わる部分と、交換が行われた後、受け取ったアテンションをどう利活用するかという点が切り分けられる。前者はまさに契約的な行為が発生しているから、そこにおいて、例えば、いかなる情報提供義務を課すかといったことは消費者契約法の範疇に入るのではないかとと思われる。後者は、個人情報保護法の問題、あるいは各種業法の規定の範疇であり、消費者契約というところは切り離されるのではないかと。
- 配慮義務などとの関係で、それぞれの事業者が提供しているサービスとの関係で、あまり消費者の判断を誤らせるようなことにならないとか、自己決定を害するようなことにならないような配慮とはどういうものかということを考えていくことが必要。
- アテンション・エコノミーに関する法規制の導入に当たって、その定義が不明瞭であることによる萎縮的効果が生じないように、事業者の予見可能性の確保と実務的な経過措置、教育体制の整備などを十分に踏まえて、慎重かつ段階的な制度設計をいただきたい。
- アテンション・エコノミーの特徴等について消費者の認識・理解を促進することは、消費者教育の一環として必要になるのではないかと。