

2025年10月6日

消費者委員会「関係団体等との意見交換会」

主婦連合会

テーマ：第9次消費者委員会への要望について

1. 「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」について

◆第9期消費者委員会は、この報告書の理念を個別的各種法律・ルールに反映、具体化することを使命として欲しい。

➤消費者庁のみならず霞ヶ関全体の消費者行政を対象に。この報告書の具体化への道筋を示せるのは消費者委員会しかないのではないか。

➤「同床異夢」にならないよう。「ベストミックス」の「ベスト」とは？⇒具体的ルール整備のプロセスについて、委員会での議論、監視、意見、必要に応じて勧告を期待。

➤消費者契約法の改正

・（報告書 P.36）「消費者契約法の土台から見直し、その役割・機能を抜本的に拡充する必要がある。」
「消費者の脆弱性」に焦点を当ててこれに対応する消費者取引の一般民事法としての役割を果たすことが求められる。具体的には、新たに、「消費者の脆弱性」を事業者が利用することを問題とする規律や、（事業者の行為の悪性を前提とすることなく）「消費者の脆弱性」への配慮を確保しサポートを受ける機会を担保する等、脆弱性を有する消費者のために必要とされる規律を検討することが重要となる。」

⇧ 実現させるための後押しを委員会に期待。

・（報告書 P.37）「消費者契約法の法目的を刷新し、「消費者の脆弱性」への対策を加えることが必要と考えられる。法目的として明示されることにより、消費者ならば誰もが多様な脆弱性を有するという認識が明らかとなり、法解釈の指針になるほか、事業者にとっての行動指針となることや、裁判所の解釈・判断の指針になることにつながることを期待される。」

⇧ 実現させるための後押しを委員会に期待。

➤刑事規制

・（報告書 P.41）「「消費者の脆弱性」を正面から捉えるという観点から、消費者による欲得の追求を、消費者取引分野における刑事規制の活用にも消極的になる根拠として捉えるのではなく、消費者の欲得への働きかけを「消費者の脆弱性」への攻撃と捉え、その対策のために刑事規制をより積極的に活用することを検討すべきである。」

（報告書 P.42）「消費者法制度において刑事規制を強化する方向性としては、既存の対象に対する規制強化（法定刑の引上げ、処罰の早期化等）と規制対象の拡張があり得る。」

⇧ 実現させるための後押しを委員会に期待。

➤「消費者法制度における“実効性のある様々な規律のコーディネート”」

・報告書が使う「グラデーション」という言葉は、注意深く具体化することが重要。消費者の安心・安全、幸福を守る視点からの実効性のある「グラデーション」とは？

・（報告書 P.47）（法規範の尊重が期待できない場合）「消費者契約法を中心に、既存の枠組みに捉われることなく、消費者取引に係る消費者法制度を抜本的に再編・拡充すべきである。また、消費者法制度の目的・価値規範を共有せず、深刻な消費者被害を発生させる悪質事業者・悪質商法については、官民総力を挙げて消費者取引の市場から排除するべきである。」

⇨実現させるための具体的制度設計～実現のための後押しを委員会に期待。

2. 特定商取引法改正

◆抜本的改正に向けた取り組みを期待

脆弱な消費者を悪質な勧誘から守る（時代の変化に則した対応）

➤特定商取引法の抜本改正が必要

- ・不招請勧誘規制（Do Not Knock、Do Not Call、あるいは訪問販売の登録制など）
- ・ SNS を使った“勧誘”への規制（時代に合った形に改正が必要。デジタル分野の新法の可能性。）
- ・マルチ商法への規制強化

3. 個人情報保護法改正

◆消費者の視点から監視・意見を

➤消費者のプライバシー情報の提供が「無料」の交換条件に。

➤パラダイムシフト報告書にも関連記載

（報告書 P.19）「情報等が収集される段階・分析される段階・利活用される段階に分けて分析する視点も有益である。さらに、それらを一連・一体的に捉え、個々の消費者にとって収集・分析を経て利用されることで直接影響を受けるということのみならず、他の消費者にも影響が生じるということを含めて（情報法分野を）消費者法制度の対象と捉える視点も重要であること」

⇨個人情報保護法に関して、必要に応じて議論及び意見することを期待。

➤（報告書 P.51）「海外当局・国際機関との一層の連携強化も重要」

⇨越境個人データの問題。被害救済の仕組みがない。規制のハーモナイゼーション。

4. 消費者の生命身体の安全

◆制度の見直しも視野に

- グローバルなネット取引における製品安全への取組みの一層の強化
- 事故情報の収集の仕組みの強化・見直し
- 事故調査体制の抜本的強化・見直し

5. エシカル消費推進を支える商品・サービスの「エシカル表示」

◆「エシカル表示」の公正さ確保への取組み

- エシカル消費は事業者による「エシカルであるという表示・謳い文句・説明文書」に基づいてなされる。従って、「エシカル表示」の真実性・透明性・公正性の確保が極めて重要。

↑景表法に期待できるか？

6. 食品表示の適正化

◆消費者の選択の権利の実現を

- 新しい技術に基づく食品について、消費者の選択の権利が実現できる表示制度が必要
- 米の表示 消費者の選択に資するものに
- ネット販売における食品表示 推奨ではなく義務に

7. 健康食品、サプリメント型食品のルール整備

◆消費者の選択の権利、安全の権利を実現できる制度に

- 機能性表示食品制度の見直し
- サプリメント形状の食品のためのルール創設を

以上