中間取りまとめ

令和８年９月 10 日

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

目次

はじめに 1

第１　消費者の多様な脆弱性への対応 3
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..... 4
（１）消費者契約の当事者である事業者の配慮を促進する仕組み..... 5
ア　規律の内容 5
（ア）消費者の適切な判断の確保についての配慮..... 5
（イ）消費者契約の締結がもたらす結果についての配慮..... 6
（ウ）配慮を求めるべき場面..... 7
（エ）役割・効果 8
イ　その他配慮を求める事項 10
（ア）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消費者契約との関係..... 10
（イ）有効・無効について評価の余地を伴う契約条項を対象として一定の要素を満たす場合に正当化される仕組み（いわゆるグレーリスト）との関係 10
（２）取引当事者である事業者以外の関係主体の配慮を促進する仕組み..... 11
（３）指針や官民協議会に期待される機能・役割等..... 11
ア　指針 12
イ　官民協議会 12
２．契約の拘束力から消費者を解放する仕組み等 13
（１）民事ルール（消費者契約法における新たな手法）..... 13
（２）行政的手法等（消費者契約法以外の手法）..... 15

第２　消費者契約の各過程に関する必要な規律 16
１．継続的な契約関係からの離脱一般に関する規律 16
（１）規律の対象場面 17
（２）規律の内容（解約妨害の禁止）..... 17
ア　解約妨害として禁止すべき行為の範囲 18
イ　効果 18
（３）規律の内容（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律）..... 19
（４）規律の内容（解約の方法・条件に関する事業者の情報提供に関する規律）..... 19
２．契約期間の更新に関する規律 20
（１）規律の対象場面 20
（２）規律の内容 21
３．契約の変更に関する規律 21
（１）規律の対象場面 22
（２）規律の内容 22
４．継続的な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律 .. 23
（１）規律の対象場面 24
（２）規律の内容 24

第３　「解約料」の実態を踏まえた実効的な仕組み 25
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） 26
２.「解約料」条項の説明によるトラブル抑止 29
３．事業者・事業者団体が定める自主規制等の活用 30

第４　横断的な事項 31
１．法目的の在り方 31
２.「消費者」の定義の在り方 31

おわりに 32

はじめに

消費者契約法（平成 12 年法律第 61 号）は、消費者契約（消費者と事業者との間で締結される契約）に関して、民法（明治 29 年法律第 89 号）の特則となる包括的な民事ルールを定めるとともに、適格消費者団体による差止請求制度等を定めている。消費者契約法は、制定当時には、市場メカニズム重視の社会の実現を目指して事前規制から市場ルールの整備への転換が求められる中で、消費者契約に係る紛争解決のための規律の整備が最も重要な緊急の課題とされたことを背景に、民事ルールを中心に定められた[1]。

そこで目指されたのは、消費者利益が擁護されるとともに、消費者と事業者双方の契約当事者としての自己責任に基づいた行動が促されることによって、消費者と事業者との信頼関係が増し、新たな経済活動や業態の創造が容易となり、活発化することであった。すなわち、消費者契約法には、消費者契約一般を規律する法律として、紛争解決規範の民事ルールとしてだけでなく、健全な市場を実現するための市場ルールとしての役割が期待されていた。その後の改正においても、平成 18 年改正で差止請求制度を導入し、平成 28 年、平成 30 年及び令和４年の改正で、取消権及び契約条項の無効の類型の追加等とともに事業者の努力義務規定を拡充するなど、紛争解決のみならず、紛争の予防や事業者の行為規範を示すことにおいても役割を拡大してきた。

一方で、現代社会では、超高齢化やデジタル化の進展等により消費者を取り巻く取引環境は大きく変化し、消費者の力を弱めたり危害にさらされやすくする状態が急速に拡大している[2]。こうした社会状況に対応するために、

・一定のモデルとして「一般的・平均的・合理的消費者像」（情報や判断の機会等が与えられれば適切かつ合理的な決定ができる「強い消費者」像）を念頭に置いて「消費者と事業者間の情報の質・量、交渉力の格差」の是正を図ることのみではなく、現実の消費者が様々な脆弱性を有する[3]という認識を消費者政策や消費者法制度の基礎に置き、そのような多様な消費者が安心して安全に取引に参画することを可能にする環境の整備を図ること。

---

[1]当時の消費者トラブルの実態や取引の実情から、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の構造的な格差が背景となることが少なくないことを踏まえ、消費者が契約を取り消し、契約条項の効力を否定できる場合を、対等当事者間を基本とする民法（詐欺、強迫、信義則、公序良俗）よりも拡大、明確化するために、契約の取消し及び契約条項の無効に関する規定が設けられた。

[2]認知機能が不十分な消費者の割合の拡大、人間関係やコミュニティーの希薄化、飛躍的なデジタル技術の革新が利便性の向上とともにもたらす消費社会の複雑多様化・取引の個別化等により、誰もが単独で十全な意思決定をすることがこれまでより一層困難になっている。あわせて、消費者が単独で取引に関わる機会が増え、自ら対処することが困難で周りも気付きにくいトラブルにさらされる可能性が高まっている（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　座長沖野眞已教授（東京大学大学院法学政治学研究科）（当時））。以下「パラダイムシフト報告書」という。）。

[3]消費者は、生活領域における非事業的な活動を行う生身の人間であるがゆえに、様々な内的外的要因により判断に多様な影響を受ける存在である（消費者の脆弱性）（パラダイムシフト報告書）。

・他者の介入を排除し消費者が独立して自由に意思決定をすることができさえすればよいとするのではなく、消費者が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決定を可能とし、また、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可能とする環境の整備を図ること。

等の考え方を基本とする消費者政策のパラダイムシフトが目指されている（第５期消費者基本計画（令和７年３月 18 日閣議決定）参照）（別紙１）[4]。

これらの変化に対応し、消費者契約一般を規律する消費者契約法について見直しを行う必要がある[5]。

消費者庁では、前回までの改正とその課題や令和４年改正時の附帯決議[6]（別紙２）を踏まえ、以降、三つの検討[7]を経て、令和７年 11 月から「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」（以下「本検討会」という。）において検討を進めている（別紙３、４）。

本検討会では、消費者の多様な脆弱性を踏まえた消費者取引を規律する規範の確立、現代社会に適応する規律対象・射程・手法の変革及び消費者取引に関わる様々な関係主体の共創協働というアプローチに基づき消費者法制度のパラダイムシフトを図るべく、令和７年 11 月以降、計８回のワーキンググループにおける議論[8]も途中挟みながら、計９回の審議を重ねて消費者契約法における具体的な規律や対応を検討してきた（別紙７）。

今般の中間取りまとめは、これまでの本検討会における審議状況を整理したものである。

---

[4]その前提として、消費者基本法（昭和 43 年法律第 78 号）の理念も踏まえる必要があるとの指摘もあった。

[5]第５期消費者基本計画において「消費者契約法が消費者契約全般に適用される包括的な民事ルールであることの意義や同法の消費者法令における役割を多角的な見地から整理するとともに、既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的な規律設定の在り方を検討し、見直しを図る。その際、解約料に係る課題や消費者取引による被害を実効的に予防・救済する観点からの検討も併せて進める。」とされている。

[6]令和４年改正時の衆参両院の附帯決議において、消費者契約法について「既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方」の検討が求められている。

[7]消費者庁「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」議論の整理（令和５年７月）、「解約料の実態に関する研究会」（以下「解約料研究会」という。）議論の整理（令和６年 12 月　座長丸山絵美子教授（慶應義塾大学法学部））、パラダイムシフト報告書（令和７年７月））。

[8]ワーキンググループは、本検討会委員のうち８名の委員（別紙５）から構成され、令和７年 12 月２日から令和８年４月 27 日まで計８回開催した。ワーキンググループにおける議論の成果として、令和８年５月に、「論点整理」（別紙６）を取りまとめ、公表した。

第１　消費者の多様な脆弱性への対応

広く消費者契約一般を規律する消費者契約法において、特定分野や具体場面に特化したルールではない様々な消費者契約に共通する考え方を示し、社会的な共通認識を形成することが求められる。

多様な脆弱性を有する消費者が安心して安全に取引できる環境、優良な事業活動が選ばれる健全な市場を、様々な関係主体が共創協働して主体的に構築・発展させていくための理念を示し、そのための仕組みとして、事業者等の関係主体の共通認識を形成し行動を促す行動規範・行動原則を示し、果たすべき役割を法律上明らかにすることが重要である。消費者契約法が従来民事ルールを中心に規律していたことを踏まえると、これは、消費者契約法に新機軸を導入するものであるといえる。他方で、消費者契約法の本来の役割が健全な市場を実現する市場ルールであることを踏まえると、今回の法機能の拡充・転換は、昨今の消費者を取り巻く取引環境の大きな変化に対応し、それを十全に果たしていくための中核的な仕組みとも評価できる。

消費者契約は商品、役務等の種類及び取引方法（リアル、デジタル等）のいずれにおいても様々であり、「消費者の脆弱性[9]」の顕在化の仕方もそれらに応じて多様となる。さらに、取引環境は多様に変化し得る。こうした状況に対し、取消権や契約条項の無効を中心とした従来の消費者契約法の枠組みだけでは、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ため、対象が個別限定的となり、適用場面が限られ、また、取引環境の変化に対応することが困難となってきている。そこで、広範な事象を包摂する包括的な規範と、それゆえに強力な法的効果とは結び付けない仕組みを基礎としつつ、特に問題性の高い場面については、当該場面に適した民事上の効果又は予防的措置と結び付けることが可能な手法を併せて講じ、両者を相互補完的に活用するとの考え方の下、以下の対応を行うことが考えられる。

まず、広範な事象を包摂する包括的な規範については、上記の多様性や変化に対応するための包括性及び柔軟性のある仕組みとして、プリンシプル（行動規範や行動原則）としての配慮を促進する仕組み（以下「配慮規定」という。）を設けるとともに、配慮規定について行政が指針を策定し、その策定・見直し・運用に関し協議する場として官民協議会を組織することとする。これにより、官民協議会において関係主体間のコミュニケーションや相互理解を図りながら、その知見を指針の策定等に活かし、ひいては配慮規定に沿う行動につなが

[9]「消費者の脆弱性」の類型等として、「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、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もの）、「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）といった分析等がされている（パラダイムシフト報告書９、10 頁）。

るという形で、上記環境の実現に向けた共創協働を促進することが可能となる[10]。そして、上記のような配慮規定の意義からすれば、その理念を明らかにするものとして包括的な内容で法律に規定することに意味がある一方で、法的効果をもって直接的に強制することには馴染まないと考えられる。

また、特に問題性の高い場面については、民事ルールとして、従来のように情報の質及び量並びに交渉力の構造的な格差（以下「情報・交渉力の格差」という。）を背景に消費者の意思形成が事業者により不当に歪められる場面に着目した取消権のみならず、「消費者の脆弱性」の影響により消費者に深刻な結果が生じる場面に着目した契約からの解放手段を講じることとする。

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

パラダイムシフト報告書では、消費者と事業者との間の情報・交渉力の格差に加え、消費者ならば誰しもが多様な脆弱性を有するという認識を消費者法制度の基礎に置くことで、消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）を整備するべきとの基本的な考え方が示された。また、ここでの「消費者の脆弱性」について、「消費者の力を弱めたり危害にさらされやすくする状態であり、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」とされている（パラダイムシフト報告書 10 頁）。

広く消費者契約一般を規律する消費者契約法の重要な役割として、特定の分野や具体の場面に特化したルールではない様々な消費者契約に共通する考え方を示し、社会的な共通認識を形成することが挙げられる。制定当時から、消費者契約法には、消費者契約一般を規律する法律として、紛争解決規範の民事ルールとしてだけでなく、健全な市場を実現するための市場ルールとしての役割が期待されているところ、「消費者の脆弱性」に対応する観点から、この役割を高めていくことが必要となる。

このような観点から、消費者契約法において、消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）の実現に向け、多様な「消費者の脆弱性」に着目した場合にあるべき取引環境・結果、あるいは避けるべき取引環境・結果を示し、取引当事者である事業者及びそれ以外の消費者契約に関係する主体が果たすべき役割や期待される役割を明らかにするプリンシプル（行動規範や行動原則）を規律することに意義がある[11]。

---

[10]第５期消費者基本計画において「消費者と事業者の関係を相対峙するものとしてだけではなく、健全で自律的な取引社会を共創・協働するパートナーとしても構築すること。その際、取引基盤を提供するプラットフォーム提供事業者、決済機能提供事業者及び情報・広告提供者の果たすべき役割が重要であるとともに、消費者団体・専門家組織・事業者団体の相互連携及び行政との連携や役割分担に係る枠組みを整理し整備していくことが有益であること。」とされている（別紙１）。

[11]今回示された規範・プリンシプルは、通常の事業者の努力によって、より消費者のためになる行動ができるといった方向性が示されたものであり、法律上の効果は更に検討が必要であるものの、法律として何らかの義務が課された以上は、通常の事業者であればそれを意識して事業活動に取り組んでいくということで、十分に意義のあることであり、その結果として、むしろ配慮をしていない事業者が選ばれなくなる社

これは、特定の行為を命じあるいは禁止する規定や一定の行為を行うよう努めることを求める規定とは異なる。すなわち、消費者契約の当事者となる事業者一般の行動規範・行動原則として、①消費者が適切に判断することが困難になる、あるいは適切な判断をする助けになる取引環境や、②消費者契約によって引き起こされるべきでない、あるいはもたらされるべき結果を示し、行為を特定せずに手段の柔軟性を保障するかたちでそれらに向けた配慮（上記のような取引環境・結果に向けて意を用いて行動すること）を求めるものである。

（１）消費者契約の当事者である事業者の配慮を促進する仕組み

ア　規律の内容

配慮規定は、具体の行為を特定するのではなく、消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）の実現に向けた対応の在り方（行動規範や行動原則）を規律するものである。

ワーキンググループの論点整理では、配慮規定の在り方として、配慮しないことが不適切なものと配慮することが望ましいものとの違いを意識しつつ整理することが有効であるとの考え方が示されている。さらに、配慮の対象を、「消費者の脆弱性」の影響が生じ得る場面として消費者の行為と結果に分け、消費者契約の締結過程における

ⅰ）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の確保に向けた配慮

ⅱ）消費者契約の締結によって消費者に生じる結果（契約内容）に向けた配慮

に分けて整理された。

以上の整理を踏まえ、配慮規定については、以下の事項に配慮することを促進する仕組みを設ける方向が考えられる。

（ア）消費者の適切な判断の確保についての配慮

事業者は、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及び消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件に応じて、消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）の実現のために最低限確保すべき取引環境として、①消費者が適切な判断をすることが困難な状態に陥ることがないようにすることについての配慮及び②既にそのような状態にある消費者が不適切な判断をする

会というものが実現していくことを切に望むとの指摘もあった。また、今回示された配慮義務は、実際には全く新しい話でもなく、我が国にはお客様という言葉があるように、多くの事業者が自分のできる範囲でいろいろな配慮を積み重ねて商いをやってきているので、その精神をより強くして事業活動に臨んでいくという点でこの規範的な考え方には意義があるとの指摘もあった。

ことがないようにすることについての配慮をしなければならないこととする方向が考えられる。

①は、事業者が消費者に一定の影響を与えることで消費者が適切な判断をすることが困難な状態に陥る場合（例えば、不適切に焦らされることにより熟慮の機会が損なわれる場合等）を念頭に置くものとする。

②は、勧誘を受ける消費者が消費者契約を締結するか否かについて適切な判断が困難な状態にある場合（例えば、加齢により判断力が低下している場合等）を念頭に置くものとする。

また、事業者は、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及び消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件に応じて、より理想的な取引環境の実現に向けた事業者に期待される役割を示し創意工夫を促すものとして、消費者の消費者契約についての適切な判断に資するように配慮する努力を促す方向が考えられる。

これはより高い目標に向けたより積極的な対応を促すものである。他方で、消費者にとってのより良い判断がどのようなもので、そのために具体的にどのような配慮をし得るかは、個々の場面や関係性により多様であること、また、どこまでの対応が可能かは事業者の対応能力により様々であることから、一律の義務とするのではなく、努力を促す規律とすることが望ましい。

（イ）消費者契約の締結がもたらす結果についての配慮

事業者は、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及び消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件に応じて、消費者契約の締結により消費者又はその配偶者若しくは扶養親族[12]の生活の現状を著しく悪化させることがないように配慮する努力を促す方向が考えられる。

すなわち、配慮の対象は、消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）の実現のために最低限確保すべき状態であるところ、これを一律の義務とすると、事業者が、消費者や配偶者・扶養親族の生活状況等を過度に把握しようとしたり、取引そのものを控えるといった反応につながる可能性や、不当な情報収集の口実とされるおそれがあ

[12]法的に保護されるべき利益を画する観点から、取引当事者である消費者に対して民法上の扶養請求権を有する者、すなわち、配偶者若しくは親族（当該消費者が民法第 877 条から第 880 条までの規定により扶養の義務を負う者に限る。）とすることが考えられる。

る。よって、一律の義務とするのではなく、努力を促す規律とすることが望ましい。

また、事業者は、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及び消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件に応じて、消費者契約の内容が、消費者の消費者契約を締結する目的並びに生活及び財産の状況に適合するものとなることに資するように配慮する努力を促す方向が考えられる。

これはより高い目標に向けたより積極的な対応を促すものである。他方で、消費者にとってのより良い結果がどのようなもので、そのために具体的にどのような配慮をし得るかは、個々の場面や関係性により多様であること、また、どこまでの対応が可能かは事業者の対応能力により様々であることから、一律の義務とするのではなく、努力を促す規律とすることが望ましい。

事業者の把握可能性（消費者の契約目的、生活状況・財産状況、依拠する者の状況）との関係については、積極的に調査することまで求めるものではなく事業者が知ることができた事情を基にすることを基本とすることが考えられる。ただし、例えば生活の基盤となるような重要な財産に係る契約や高額な契約の場合には、必要な範囲で、契約締結による財産状況の悪化により配偶者・扶養親族を含めた生活の現状を著しく悪化させることがないように慎重な対応をすることが求められる場合がある。とりわけ、判断力の不足がうかがわれる消費者との関係や社会生活上の経験の不足がうかがわれる消費者を相手にする際には、慎重な対応が求められる。上記のように積極的に調査することまで求めるものではなく事業者が知ることができた事情を基にすることを基本とするという考え方や、具体的に消費者の契約目的、生活状況・財産状況の把握に努めることが必要となる場面等については、指針において具体例を示すこと等により明確化していくことが考えられる。例えば、官民協議会において消費者側、事業者側、その他の関係主体の相互のコミュニケーションや相互理解を図りながら、そこで得られる知見を指針の策定等に活かすことが考えられる。

（ウ）配慮を求めるべき場面

多様な「消費者の脆弱性」への対応について、「消費者の脆弱性」による影響自体は契約の各過程のいずれにおいても生じ得ることを踏

まえ、契約の各過程（締結、履行、継続、終了）及び契約内容のいずれの関係においても消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）を実現することが重要である。

その上で、配慮規定に関し、具体的にどの場面における配慮を求めるかについては、「消費者の脆弱性」に起因する問題が発現する態様が各過程によって異なり得ることを踏まえることが適当である。

上記の観点で見た場合、新たに契約をするか否かという契約締結場面については、「消費者の脆弱性」の影響によって自律的な意思決定が阻害されることで望まない契約をすることになり、また締結した契約の内容次第で深刻な結果が生じるおそれがあるため、「消費者の脆弱性」に起因する問題の重要な契機となり得る場面である。

契約の履行・終了場面に関し、単発的な消費者契約においては、締結場面で「消費者の脆弱性」の影響が考慮された上で成立した契約の履行・終了場面については、上記の締結場面と別途に「消費者の脆弱性」に起因する問題が発生する可能性は比較的低い。他方で、継続的な消費者契約の履行・終了場面については、契約締結時以降に発生する問題の内容や状況にも様々な場合があり、消費者側の事情の変化もあることから、新たな「消費者の脆弱性」の影響が生じ得るところ、継続的な消費者契約に特有の問題として他の課題とともに別途対応することが適当である。

（エ）役割・効果

配慮規定の役割は、消費者契約の当事者となる事業者一般の行動規範・行動原則として、消費者が適切に判断することが困難になる、あるいは適切な判断をする助けになる取引環境や、消費者契約によって引き起こされるべきでない、あるいはもたらされるべき結果を示すことにある。さらに、行為を特定せず手段の柔軟性を確保しながら、それらに向けた配慮（上記のような取引環境・結果に向けて意を用いて行動すること）を求めるものである。事業者が適切に配慮をした場合には、結果的に消費者が適切に判断できなかったり、消費者契約によって引き起こされるべきでない結果を回避できなかったといった帰結が生じたとしても、それ自体を問題とするものではない[13]。

[13]常日頃から法令を遵守して適切な消費者対応に努めている事業者に対して過大なコンプライアンス上の負担等を課すべきではなく、「適切な判断をすることが困難な状態」や「不適切に焦らされること」の範囲については、通常の営業・販売促進活動との区別が可能となるよう明確化が必要である、消費者の自律的な意思決定や熟慮の機会が実質的に損なわれているかを基本的な判断基準とし、消費者への影響の程度、表示・働きかけの態様、時間的圧力、熟慮機会の有無等を指針で具体化すべきであるとの指摘もあった。

その上で、配慮規定には、事業者の創意工夫による行動を促進するとともに、以下のような効果が期待される。

・配慮規定を設けることで、規範に沿った具体的行動が事業者によって主体的･積極的に取り組まれることにより「消費者の脆弱性」に起因した問題の発生の幅広い予防につながること。

・消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）の形成に向けた積極的な取組が可視化されることで、そのような事業者の取組が消費者に支持・選択され、評価されることも期待され、そのことが事業者によるより積極的な取組につながるという好循環につながること。

・配慮規定に基づく指針において、官民協議会を通じて事業者団体が定める自主規制を一定程度取り入れるなどして、配慮規定・指針が紛争時の解決指針となることで、当事者間の話し合いやＡＤＲ・各種の相談窓口での解決など当事者の負担の少ない簡便な解決[14]の促進が期待されること[15]。

また、配慮規定については、

・様々な消費者契約に共通する考え方を示し、社会的な共通認識を形成するという配慮規定の意義からすれば、これを相当程度包括的な内容で法律上の規範として規律すること自体に意味があること、

・対象が消費者契約一般と広範であり、かつ、具体の行為を特定するのでない行動規範や行動原則を示すものであること、

から、法的効果をもって直接的に強制することに馴染まない[16]ため、直接的な民事上の効果に関する規律及び行政処分に関する規律を設けることには慎重な検討が必要である。

なお、（行政処分に至らない）指導・勧告・公表といった行政措置を行うことについても、消費者法制度の中での他法令における行政措置との関係性をどう考えるか、消費者契約一般という広範な対象に対する実効性をどう持たせるかという点に課題があり、慎重な検討が必要である。

---

[14]配慮規定については消費生活相談の現場で使えるもの、つまり消費者にとって消費者取引のルールとして機能を発揮するためには義務としての配慮規定が重要であるとの指摘もあった。また、消費者契約法を消費生活相談の現場で一層活用するための対応が重要であるとの指摘もあった。

[15]自主規制に基づき積極的に配慮に取り組む事業者とそうでない事業者の選別が可能となることで、紛争解決が促進されることが期待されるとの指摘もあった。

[16]配慮規定又は指針に著しく反する行為を、反復・継続し、重大な消費者被害を生じさせている場合については、消費者庁から業所管庁への情報提供・連携を行い、所管法令に基づく調査、指導・勧告・公表、さらに業法上の処分につなぐ仕組みを検討すべきとの指摘もあった。また、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）の活用や消費生活相談センターを通じて消費者被害を把握することにより、効果的・効率的な対応を図っていくことが重要との指摘もあった。

イ　その他配慮を求める事項

（ア）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消費者契約との関係

いわゆるアテンション・エコノミーに関する問題としては様々なものが想定され得るところ、消費者契約法に関連し得る問題としては、事業者が提供する商品・サービスの対価として、消費者が金銭を支払うのではなく、自己の情報、時間、アテンションを事業者に提供することが「消費者契約」に該当する場合[17]には、消費者が金銭を支払うときと同様に、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が阻害されるという問題が挙げられる。

上記以外の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問題[18]については、当該取引の新規性や業種・業態による多様性を踏まえ、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、必要に応じて検討することが考えられる。その際には消費者教育など法制度以外の施策の取組状況や情報法等の隣接法分野との関係等を踏まえる必要がある。

なお、上記の自律的な意思決定の阻害の問題については、契約締結についての消費者の適切な判断の確保を図る配慮規定に加え、官民協議会において関係主体の相互のコミュニケーションや相互理解を図り、そこで得られる知見を指針の策定等に活かすことにより、取引の実態や変化を踏まえて柔軟な対応によることが適当である。

（イ）有効・無効について評価の余地を伴う契約条項を対象として一定の要素を満たす場合に正当化される仕組み（いわゆるグレーリスト）との関係

有効・無効について評価の余地を伴う契約条項を対象として一定の要素[19]を満たす場合に正当化される（すなわち、有効とする）仕組み、例えば、行政が認定した（又は適格消費者団体が策定等に関与した）事業者・事業者団体の自主規制への適合や、適格消費者団体による評価等によって有効となる仕組みについては、法律の委任によらない規

---

[17]事業者が提供する商品・サービスの対価として、消費者が金銭を支払うのではなく、消費者が自己の情報、時間、アテンションを事業者に提供することも消費者契約に該当する場合には、消費者契約法上の各規律が適用されるとの指摘もあった。

[18]パラダイムシフト報告書では、自律性の侵害以外にも、例えば、情報・時間・アテンションの収奪、信頼の毀損、偽・誤情報の拡散の助長、依存性（嗜癖）、選好の偏り強化等が指摘された。

[19]例えば、行政が認定した（又は適格消費者団体が策定等に関与した）事業者・事業者団体の自主規制への適合や、適格消費者団体による評価等によって有効となる仕組みが挙げられる。

範を正当化要素として消費者の権利義務に直結させることになることから、慎重な検討が必要である。

したがって、事業者・事業者団体が定める自主規制については、消費者の権利義務に直結させるものとして法律上の枠組みに取り込むのではなく、あくまでも民間主体の自主的な規律として位置付けることが適当である。上記アの配慮規定の下で定める指針を活用することにより、消費者の適切な判断の確保に資する行為や、契約の締結が消費者にもたらす結果を踏まえた妥当な契約内容についての取組を促進することも可能と考えられる。

（２）取引当事者である事業者以外の関係主体の配慮を促進する仕組み

取引当事者である事業者以外の消費者契約に関係する主体（取引基盤提供者等）や関係し得る主体（地域のネットワーク等）が、消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）の実現のために共創協働の観点から配慮することを促す仕組みを設けることについては、以下の方向で検討することが考えられる。

・消費者契約に不可欠な環境・サービスを提供する事業者については、消費者が安心して安全に消費者契約の当事者となることができる環境の形成に資することに配慮するよう努めること。
・消費者契約に関係し得る主体については、以下の事項に協力するよう努めること。
①消費者の消費者契約についての適切な判断に資すること。
②消費者契約の内容が消費者の消費者契約を締結する目的並びに生活及び財産の状況に適合するものとなることに資すること。

これらについては、共創協働の観点から、取引当事者でないものの消費者契約に関係する・関係し得る主体に期待される役割を示すものであり、具体的な対応の在り方としては各主体の立場や実情に応じて様々なものがあり得ることから、各主体の創意工夫を促す観点から、一律の義務とするのではなく、努力を促す規律とすることが望ましい。

（３）指針や官民協議会に期待される機能・役割等

上記の配慮規定について、行政が指針を策定するものとし、指針の策定・見直し・運用に関し必要な事項を協議する場として官民協議会を組織する方向で検討することが適当である。

その場合、以下のような機能・役割等が期待される。

ア　指針

禁止する行為やなすべき行為を特定しない形の配慮規定とするのは、包括性のある規範とするとともに、事業者等の創意工夫の余地を高めるためである。他方で、実務上は事業者等が配慮規定に基づいて行動するに当たり一定の参考となるものが必要となることから、内閣総理大臣が指針を策定するものとする。

指針の内容のイメージとしては、例えば、基本的な考え方や、配慮に当たり具体的な参考となる望ましい例[20]・不適切な例などを示すことが考えられる。配慮の主体においては、指針を参考にしながら、各取引の特性等に応じて創意工夫することが期待される[21]。

イ　官民協議会

官民協議会の意義については、消費者側、事業者側、その他の関係主体の相互のコミュニケーション[22]や相互理解を図りながら、そこで得られる知見を指針の策定等に活かし、ひいては配慮規定・指針に沿った行動につなげるといったかたちで、消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）の実現に向けた共創協働を促進することにある。

上記を踏まえ、主な役割としては、指針の策定・見直し・運用に関し必要な事項を協議することのほか、事業者の配慮規定の実施状況に関し、各業界から意見聴取を行うこと、優良事例の収集・検討を行うこと、課題についての意見交換を行うことなどが挙げられる。特に事業者・事業者団体においては、業界の創意工夫などの情報を提供し、指針の策定・見直しに積極的に参画していく姿勢が望まれる。さらに、「解約料」等に関する事業者による取組みに関する意見交換等を行う場として積極的に活用していくことも考えられる。

官民協議会は、行政の関与を必須とすることとし、構成員としては、消費者団体、事業者団体、学識経験者等が挙げられる。また、必要に応じ、関係する個別の事業者や関係する業界団体、関係省庁の協力を得て、分科会やワーキングチームを設置し、あるいはヒアリングを行うことなどにより、多様な主体が参画することが望ましい[23]。

---

[20]事業者・事業者団体が定める自主規制を望ましい例として取り込むことも考えられるとの指摘もあった。

[21]指針で取組例を示すとしても、実際の対応が創意工夫の一環として合理的な理由をもってなされたものであれば当該取組例のとおりでなくとも配慮規定に沿うといえる場合があるものと考えられる。

[22]相互のコミュニケーションが求められる業種・業態の検討に当たっては、例えば、既に規制業種において消費者側、事業者側、その他の関係主体のコミュニケーションの場が整備されている場合には、こうした既存の体制や取組を十分に活用する必要があるとの指摘もあった。

[23]消費者が安心して安全に消費者契約の当事者となることができる環境の形成に関しては、取引基盤提供者の実情を踏まえ、適切に意見を反映させることが有益であるとの指摘もあった。また、福祉・医療・権利擁護等消費生活以外の現場で脆弱性に接する専門職・機関の参画を得るべきとの指摘もあった。

なお、上記役割との関係で必要に応じて秘密保持に関する規律等を整備することが考えられる。

２．契約の拘束力から消費者を解放する仕組み等

多様な「消費者の脆弱性」による影響（リスク）全般に包括的に対応するものとしては、広範な事象を包摂する包括的な規範、すなわちプリンシプルとしての配慮を促す仕組みにより事業者等の行動を促すことが挙げられる。

その上で、例えば認知症の可能性のある高齢者が生活のために蓄えた財産の多くを失う契約をする場合や住まいを失う契約をする場合等の、「消費者の脆弱性」による影響（リスク）のうち消費者に深刻な結果が生じる特に問題性の高い場面については、その重大性に鑑み、当該場面に適した民事上の効果又は予防的措置と結び付けることが可能な手法を併せて講じることとし、上記の配慮を促す仕組みに加えて、予防・救済のためのより具体的な手法により対処する必要がある[24]。

（１）民事ルール（消費者契約法における新たな手法）

民事ルールについて、現行の消費者契約法では、契約からの解放手段として、不当勧誘による取消権（第４条）が設けられている。

その中心は、消費者が、事業者の不実告知等の情報提供に関する不適切な行為（誤認類型）あるいは不退去等の不適切な強い働きかけ（困惑類型）による影響を受けて意思表示の瑕疵がもたらされた場合を捉えるものである。

このような枠組みは、制定時（平成 12 年）に、当時の消費者トラブルの実態や取引の実情を踏まえ、消費者・事業者間の情報・交渉力の構造的な格差が消費者契約において発生するトラブルの背景となることが少なくないことを踏まえて、契約の取消しを消費者が主張できる場合を、対等当事者間を基本とする民法（詐欺、強迫）よりも拡大する民事ルールが目指されたことによるものである。

消費者契約法において、情報・交渉力の格差に加えて、多様な「消費者の脆弱性」に対応するに当たって、「消費者の脆弱性」による影響が必ずしも事業者の不当勧誘によってのみ生じるわけではないこと（例えば加齢による判断力の低下）を踏まえ、従来の不当勧誘による取消権の枠組みにとらわれない新たな手法を視野に入れて検討してきた。

---

[24]令和８年６月に成立した民法等改正法による新たな成年後見制度との関係も今後整理する必要があるとの指摘もあった。また、既存の業法との関係も今後整理した上で、重複的・過度な規制とならないよう慎重に制度設計すべきであり、特に、「深刻な結果」や「事業者が知っていた」とされる範囲については、取引が委縮してしまうなどで、優良な取引への影響を及ぼさない等、慎重な検討が必要との指摘もあった。

ワーキンググループの論点整理では、事業者の不当行為や主観を要件とすることなく深刻な結果から消費者を解放し、あるいは深刻な結果を予防する観点から、消費者にとって安心・安全に、事業者にとって円滑に取引できるように事業者・消費者・「第三者」で支え合う仕組みを組み込みつつ、救済が必要となる場合に消費者の意思により契約の拘束力からの解放を可能とする手段として、消費者の解除権を検討してきた。

具体的には、その方向性として、以下の考え方が整理された（別紙６）。

消費者が、

①適切な判断をすることが困難な状態で、

②深刻な結果となる内容の契約を締結した場合

に解除できることとし、

③事業者の予見可能性を確保しつつ共創協働の観点から「第三者」による見守りを促す仕組み

を設ける。

そして、①～③の方向性に基づく解除権については、本検討会やワーキンググループで、更なる検討対象として下記課題が指摘された。

ａ）消費者が、適切な判断をすることが困難な状態で、深刻な結果となる内容の契約を締結した場合に解除できることとする場合に、事業者の予見可能性を確保することができるか。

ｂ）一定の消費者が市場から排除されるという弊害を避けることができるか。

ｃ）「第三者」による見守りを促す仕組みについて、「第三者」の範囲・役割の在り方、「第三者」の適切性を担保できるか（不適切な第三者の関与を防止できるか）、実務上の予見可能性・運用可能性のある仕組みとすることができるか、「第三者」を指定する仕組みの実効性・コストをどう考えるか、既存の第三者が関与する制度との関係整理が必要ではないか、「第三者」の指定・連絡と解除の可否との関係整理が必要ではないか。

また、本検討会では、①～③の方向性に基づく解除権以外の方向性として、下記課題が指摘された。

ｄ）消費者の適切な判断をすることが困難な状態や深刻な結果となる契約内容だけでなく、事業者の主観的要素を含めた要件の組合せを検討すべきではないか。

上記課題も踏まえ、更に検討を深めたところ、①を要件とすることは、仮に実質基準を採った場合には事業者の予見可能性を確保することが困難であること、仮に形式基準を採った場合には一定の消費者が市場から排除されるという弊害を避けられないこと、また、③を要件とすることは、上記ｃ）に記載のような「第三者」をめぐる様々な課題を解決することが困難であることが指摘された。

以上を踏まえると、契約の拘束力からの解放手段としては、②の（深刻な結果となる内容の契約を締結した場合）という要素を中心に据えた上で、「消費者の脆弱性」を考慮しつつ、事業者の予見可能性を確保する観点から、どのような内容・類型の契約が対象となるかについて具体的な事例や裁判例を踏まえつつ要件の明確化を図ることが適当である。また、消費者契約全体を射程とする影響の大きさに鑑み、上記ｄ）を踏まえ、事業者が知っていたことを要件として取り入れる（②を知っていたことを必要とする）ことが考えられる。

なお、事業者において消費者側の事情を積極的に調査することまでが求められるものではないことに加え、事業者が不当な情報収集を行わないようにすることは言うまでもないことである。消費者庁においては、その旨を関係者に周知徹底し、逐条解説等で明らかにするなどして規律の趣旨の更なる明確化を図る必要がある。

効果等の在り方については、遡及効（契約は初めからなかったことになる）を基本とするなど消費者契約法の規定等を参考にして考える方向で検討することが適当である。

（２）行政的手法等（消費者契約法以外の手法）

本検討会では、一定の深刻な結果が生じる場面の拡大を防止するための行政措置や、共創協働により予防を図る行政的手法を活用するとされている。例えば、以下の手法が挙げられる。

- 特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）に基づいて、消費者の利益が害されるおそれがある場合に、消費者の利益の保護を図るための措置を採るべきことの指示等を適切に運用する。
- 訪問販売分野において、レスキューサービスや点検商法といったトラブルが集中している分野への必要な措置を検討する[25]。
- 配慮を要する消費者を見守ることができるよう、自治体の関係部局のみならず、日常業務で消費者に接する多様な主体が連携して、見守りネットワークを構築する取組を促進する。

[25]現在、「デジタル取引・特定商取引法等検討会」において検討が行われている。

第２　消費者契約の各過程に関する必要な規律

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。特に、昨今はサブスクリプションサービス[26]が普及しているところ、これらの場面では、契約の継続・終了過程において様々な課題が発生している[27]。しかし、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（第４条））と契約条項の内容（不当条項の無効（第８条から第10条まで））を中心とした枠組みであって、これらの課題に対処できる適切な規律がない。

ワーキンググループの論点整理では、上記の課題に対処するために必要な一般的な規律として、以下のとおり整理された。基本的にこの整理に基づき以下で述べる。

①継続的な契約関係から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

１．継続的な契約関係からの離脱一般に関する規律

継続的な契約関係からの離脱一般に関する規律[28]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り、実体法上消費者が有する解

---

[26]サブスクリプションサービスの定義を明確に定めた現行法はないが、「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」（消費者庁『令和８年版消費者白書』72頁）などといった契約を指すことが一般的である。

[27]「サブスクリプション」に関する消費生活相談の年度別件数（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）の推移

※「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

2021年度（令和３年度）　7,461件

2022年度（令和４年度）　9,924件

2023年度（令和５年度）　12,534件

2024年度（令和６年度）　15,752件

2025年度（令和７年度）　20,174件

[28]消費者の生活基盤に係る契約については、消費者による離脱とは別に、事業者側からの解除、終了についての理由の説明や事前の協議、合理的な調整、一定の予告期間、代替サービスや転居先への移行支援などを含む手続保障が将来の検討課題となり得るとの指摘もあった。また、契約からの解放と契約の継続という二者選択だけではなく、契約の継続に重大な疑義が生じた場合に、本人、支援者、消費生活センターなどが事情を確認する間、追加請求、追加発送、自動更新、追加勧誘あるいは生活基盤契約における退去手続などを暫定的に停止・保全する仕組みについても将来の検討課題となり得るとの指摘もあった。

約権の行使を妨げることを抑止し、解約権の行使の実現を容易にするためのものとすることが考えられる。

同規律は実体法上消費者が解約権を有する場合を念頭に置くものであるが、実体法上消費者が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設けることについては慎重な検討が必要である。すなわち、消費者取引には様々なものが存在するところ、例えば、一定期間契約が継続することを条件としてその代わりに安価な価格を設定するサービス・業態があり、一定の合理性・有益性が認められる。そのようなサービス・業態においても期間の定めを否定するような新たな解約権を認めることは、同様のサービス・業態の否定にもつながりかねないためである。

（１）規律の対象場面

事業者から物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるもの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採る必要があるため、それに当たり、妨害を受ける、離脱方法に負担が伴う、解約の条件・方法が分からないといった問題が生じやすい。

このため、近時普及している継続的な消費者契約の典型であるサブスクリプションサービス等の事業者が物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるもの（目的物）を継続的に提供し続ける消費者契約を対象とし[29]、そこから離脱する場面を規律の対象とする。また、期間の定めがない契約だけではなく、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。

他方で、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以下の場合には規律の対象としないことが考えられる。

- 商品・役務が契約締結から時間的間隔を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

（２）規律の内容（解約妨害の禁止）

継続的な消費者契約では、解約権を有する消費者が契約から離脱しようとしているにもかかわらず、事業者が不当に消費者の解約権の行使を妨害する等のトラブルが生じている。このような事業者の行為については、消費者が有する解約権を行使する機会を確保するため、その不当性に鑑み、消費者契約法で禁止するとともに、事業者が同様の不当な行為を行わないように予防する規律を設ける必要性がある。

---

[29]賃貸借契約なども当該消費者契約に該当し得るものと考えられる。

したがって、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、そのような契約から離脱する場面において、不当な行為が行われることを禁止する規律を設ける方向が考えられる。また、消費者による解約がなされ、契約の解消という効果が生じた場合であっても、事業者が消費者に対し本来返還が必要な金銭を返還しないなどといった解約によって実現されるべき状態を妨げる不当な行為については、同様に禁止する規律を設ける方向が考えられる。

ア　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行為の範囲について、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ることが適当である。

上記を踏まえると、現下生じている消費者被害に対応する観点から、例えば、以下の行為を含むかたちで規律することが考えられる（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。）。

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[30]

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に生じる債務の履行の不当な拒否・遅延

イ　効果

解約妨害の禁止は、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を目的とし、消費

[30]事業者の予見可能性や差止請求の実効性も考慮しつつ、下位法令で具体的な行為を規律することを想定している。

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。

このため、事業者が解約妨害行為をした場合において、更に消費者に解約権を発生させることによって解約権の行使が妨げられているという状態を解消するものではないことから、その必要はない。

このように直接的な民事上の効果は定めない[31]ものの、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る必要があることから、適格消費者団体による差止請求の対象とする方向が考えられる[32]。

（３）規律の内容（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律）

上記（２）の解約妨害行為に該当しない行為であっても、事業者が定めた消費者による解約の方法により、消費者の解約権の行使が、締結方法に比して困難となる又は解約権の行使に際して手間を掛けざるを得ない事態が生じており、そのような事態に対して対処が必要である。特に、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。このため、消費者が正当に契約から離脱可能な場合には、合理的に離脱できる方法があることが望ましいところ、事業者に対し、これを用意するよう求める規律を設ける必要がある。

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は、商品・役務等の種類、リアル・デジタル等の取引方法のいずれにおいても様々なものがあり得る。そのため、契約からの合理的な離脱方法については、簡便であることが適当な場合もあれば、離脱によるメリット・デメリットを慎重に検討する機会を設けることが適当な場合もあるなど一律に考えることは困難であり、それぞれの内容に応じて考えるべきであることから、消費者契約一般として定める規律は一律の義務とはせず、努力を促す方向が考えられる。

（４）規律の内容（解約の方法・条件に関する事業者の情報提供に関する規律）

現行の消費者契約法においては、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ている（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

---

[31]消費者が解約権を行使しようとしたにもかかわらず、事業者の妨害行為によって、解約権の行使が妨げられた場合には、解約の効果が生じるものと解すべきとの指摘もあった。

[32]解約妨害が適格消費者団体の差止めの対象となることからもその具体的な内容の明確化が重要との指摘もあった。また、解約妨害の禁止の範囲と差止請求の対象範囲は一致させるべきとの指摘もあった。

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）。

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、契約途中で契約の解約についてのニーズが変化するという特性がある。よって、契約の解約に関する情報（例えば、解約の方法・条件に関する情報）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提供されることが望ましい。

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は、商品・役務等の種類、リアル・デジタル等の取引方法のいずれにおいても様々なものがあり得る。そのため、契約において提供すべき情報の在り方については、一律に考えることは困難であり、それぞれの内容に応じて考えるべきであることから、消費者契約法第３条第１項第２号及び第４号の努力義務の内容を前提とした上で、消費者契約一般として定める規律は一律の義務とはせず[33]、契約を継続する期間を通して契約の解約に関する情報を提供する努力を促す方向が考えられる。

２．契約期間の更新に関する規律

契約の更新に際して、消費者は契約を更新しないことにより、契約から離脱することができる。具体的には、事業者及び消費者の合意に基づいて契約を更新する場合においては、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。

他方で、「消費者から更新前の一定の期間内に解約又は更新しない旨の申出がなされない場合に、消費者からの特段の行動を要することなく契約が更新される」旨の契約条項を用いた契約の更新の形態、いわゆる自動更新の場合については、消費者が契約の更新を望まない場合には、消費者側から更新しない旨の申出をする必要がある。もっとも、その申出をする機会を失することにより、本来希望しない契約の更新が行われてしまうというトラブルが生じている。

（１）規律の対象場面

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ことから、当該場面に着目した規律を設けることが適当である。

[33]事業者が勧誘をする場面や消費者から情報提供の求めがあった場合には義務とすべきとの指摘もあった。

（２）規律の内容

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として、例えば、以下のようなものが考えられる。

・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。必要な情報としては、当該申出の時期及び方法、更新後の契約期間などが想定される。

これにより、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に関し、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。なお、物品が定期的に届く場合や情報を対象としていても定期的に情報が事業者から提供されるようなプッシュ型の契約の場合と、情報を対象としていても消費者が能動的に情報にアクセスしなければならないプル型の契約とは区別して考えるべきであり、後者については事前の通知の必要性が高いと考えられる。

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[34]、また、従前の契約と同一の契約が継続するにすぎない側面もあることから、一律に義務を課すのではなく[35]、個々の契約に応じた努力を促す方向が考えられる。

３．契約の変更に関する規律

民法上、定型約款を変更する場合、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（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、当事者間の合意による変更の場合とは異なり、後者の場合には周知はされるものの、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不利益に変更されている場合もあり得る。そこで、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に契約内容を認識し把握させるとともに、消費者が将

[34]消費者の通知疲れや情報過多により重要な情報が埋没することにもつながるとの指摘もあった。
[35]更新時を逃すと消費者の利益が損なわれることから、義務とすべきとの指摘もあった。

来の解約や不更新等をするか否かの判断をするため、消費者に対する一層の情報提供が求められる。

したがって、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、事業者に対して、消費者に対する個別の通知を求めることとする方向が考えられる[36]。

（１）規律の対象場面

消費者が現に契約関係にある場合であって、当該契約に定型約款が利用されている場面に着目した規律を設けることが適当である。

（２）規律の内容

規律のイメージとしては、例えば、以下のようなものが考えられる。

・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、所定の事項[37]を個別に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。

上記の重要事項の考え方については、例えば、現行の消費者契約法第４条第５項[38]を参考とすることも考えられる。他方で、ここでの重要事項については、事業者に通知義務を課すものであることを踏まえると、より一層の明確化が求められる。よって、例えば、消費者が支払う対価が増えること、解約条件が厳しくなることに限定して、当該事項を重要事項とすることが考えられる。

上記の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、特に上記の重要

---

[36]重大な不利益変更については、通知に加え、合理的な異議申出、検討期間を確保して、必要に応じて一定期間は従前の条件を維持するなどの措置についても検討する必要があるとの指摘もあった。

[37]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、方法等を想定。

[38]消費者契約法第４条第５項においては、以下のとおり規定している。

・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

事項については、現に契約関係にある消費者が契約内容を認識・把握し、将来の解約や不更新等をするか否かの判断をする上で特に重要な意味を持つ。したがって、実務においては多くの事業者が消費者に対する個別通知を行っているが、一部で個別通知がされないことにより消費者被害が発生していることから、個別通知による一層の情報提供の必要性が高く、努力義務としてではなく、義務とする方向が考えられる[39]。

民法上、定型約款の変更には、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。事前の個別通知をしなければ変更の効力が生じないとすることは、民法の定型約款の変更の要件を加重することになるため、上記の民法の規定の意義を考慮した慎重な検討を要する。もっとも、契約の内容の変更の個別通知については、消費者と事業者が契約関係にあることから生じる義務と考えられる。

通知義務に関し、差止請求制度を発展・活用させて、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、以下の点で慎重な検討を要する。

・既に行われた変更について事業者に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に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のか。

４．継続的な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律

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。このような場合においては、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、どうすればよいのか分からない場合がある。

[39]通知の方法、内容、タイミング等（例えば、税の引き上げの場合）について考え方を明確化すべきとの指摘もあった。

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。このため、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。

（１）規律の対象場面

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は特に対処の必要性が高いことを踏まえ、上記１（継続的な契約関係からの離脱一般に関する規律）と同様に、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を対象とすることが考えられる。

（２）規律の内容

消費者契約は様々であり、上記の対応手順について事業者に一律の義務を課すことは困難であることから[40]、当該規律は努力を促す方向が考えられる。

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律のイメージとしては、例えば、以下のようなものが考えられる。

・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。

[40]義務として検討すべきとの指摘もあった。

第３　「解約料」[41]の実態を踏まえた実効的な仕組み

消費者契約法第９条第１項第１号については長年にわたって検討がなされ、主に、

①どのような場合に「平均的な損害の額」を超えると考えるべきか、解釈が明らかではない

②消費者及び適格消費者団体が「平均的な損害の額」を立証することは難しい

③実際のビジネスにおいては必ずしも損害の発生を前提として「解約料」を定めていない場合があり、「平均的な損害の額」との関係のみで「解約料」を規律することはビジネスの実態に合わない

といった課題があるとされている（「解約料研究会　議論の整理」参照）。

「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律」（令和４年法律第 59 号）に対する国会の附帯決議においても、「『平均的な損害の額』に係る立証責任の転換を含め、…将来の検討課題とされた事項等について引き続き検討すること」とされた。

また、「解約料」に関する消費生活相談の件数は、直近 10 年間で３万件を超える水準で推移している。

上記を踏まえ、消費者庁においては、令和５年に解約料研究会を開催し、実際のビジネスにおける「解約料」の実態を検証し、その実態を踏まえた望ましいルールの在り方の検討を行った。

解約料研究会においては、「キャンセル料に関する消費者の意識調査」、事業者・事業者団体等（合計 13 者）に対するヒアリング、消費者意識調査等を行い、事業者が「解約料」を設定する目的が様々であり、「解約料」の支払に対する消費者の不満に影響する要因[42]も様々なものがあることが明確となった。

これを踏まえ、「解約料」の実態を踏まえた望ましいルールの在り方を検討するに当たって考慮すべき視点として、以下の３点が整理された。

・損失補填以外の目的で設定される「解約料」の存在に対応すること。

・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こと。

・「解約料」に関する情報提供の在り方を検討すること。

以上を踏まえ、本検討会において、「解約料」の実態を踏まえた実効的な仕組みの在り方について議論を行った。

---

[41]違約金やキャンセル料等の名称のいかんによらず、消費者契約の解除に関連して消費者が実質的に負う経済的負担を「解約料」という。例えば、契約終了に伴う既払金の全部又は一部の返還に係る条項も含み得る。

[42]例えば、「解約料」に対する情報提供の在り方が「解約料」の支払に対する消費者の不満度に大きく影響することや、「解約料」の金額自体が高額である場合や商品・サービスの提供を受けるまでに期間がある時点で「解約料」が発生する場合に、請求される「解約料」が何のための「解約料」なのか消費者にとって分かりにくいため、「解約料」の支払に対して消費者が不満を感じやすいことなどが挙げられる。

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）

「解約料」条項に係る規定が果たすべき役割は、それによって消費者が安心・安全に契約をすることができるようにし、「解約料」をめぐるトラブルが生じることを可及的に防ぐことにある。

この点、現行の消費者契約法においては、「解約料」の有効性・合理性について、その判断する基準として「平均的な損害の額」を超えるか否かというメルクマールが規定されている。

他方で、実際の「解約料」を見ると、原状回復賠償の範囲にとどまる「解約料」は基本的に有効性・合理性に疑義がないが、ビジネスにおける「解約料」の実態を踏まえ、それ以外にも有効性・合理性が認められ得る「解約料」が存在する。しかし、それらの「解約料」の有効性・合理性については、「平均的な損害の額」との関係で理解・説明することが容易でない場合がある。

この点を前提として、ビジネスの実態を踏まえ、消費者側の立証困難に対処するという課題にどのようにアプローチするかについて、以下のＡ案・Ｂ案を検討した。

【Ａ案】

消費者側の立証困難の課題に対応するため、消費者契約法第９条第１項第１号の規律について事業者が立証責任を負うものとする。

もっとも、目的・手段において合理性が認められ得るものの「平均的な損害の額」との関係で理解・説明することが必ずしも容易でない類型の典型である価格差別目的の「解約料」については、従来の「平均的な損害の額」を基準とした規律によらない形で合理性を説明可能とするための新たな基準を設けるものとする。

具体的には、以下の案が考えられる。

・消費者契約法第９条第１項第１号の規律について、事業者が立証責任を負うものとする。
・同種の商品又は役務について複数の合理的な選択肢[43]がある場合において、当該選択肢のうち最も「解約料」が安いもの（「解約料」を取らない場合も含む）について当該「解約料」が「平均的な損害の額」を超えないときには、その他の選択肢における「解約料」については「平均的な損害の額」を基準とする規律を適用しないこととする。この要件該当性については、事業者が立証責任を負うものとする。

[43]下記の全てを満たすものを想定している。
・複数の選択肢のいずれについても、消費者による選択の実績（新たな選択肢を設ける場合には当該選択肢が将来選択され得ることの合理的な根拠）があること。
・消費者が複数の選択肢から選択できるようにするため、適時・適切な情報提供がなされていること。

【Ｂ案】

消費者契約法第９条第１項第１号の規律の下で、消費者側の立証困難の課題に対応するために、基本的に有効性・合理性に疑義がないと考えられる原状回復賠償に相当する部分等については消費者が立証責任を負うものとする。他方で、ビジネスにおける「解約料」の実態を踏まえ、それ以外にも有効性・合理性が認められ得る「解約料」が存在すると考えられることに対応する観点から、原状回復賠償に相当する部分等以外のものについては事業者が立証責任を負うものとする。

本検討会では、上記Ａ案及びＢ案の是非について議論が行われ、長年にわたって議論されてきた「解約料」の問題に関してＡ案及びＢ案という具体的な案が示されたことについては前進であるという評価があった一方、以下の指摘もあった。

【Ａ案について】

・複数の選択肢を設けることに必ずしもメリットがあるとはいえず、合理的ではない価格差別目的の「解約料」が設定される懸念を払拭できない。
・業種や業態によっては複数の選択肢を設けることが不合理である場合や実務上困難である場合がある中で、立証責任を事業者に課すことはできない。

【Ｂ案について】

・消費者が原状回復賠償に相当する部分等を立証することが困難な場合もあり、立証困難の課題の観点では現状と大きく変わらない可能性がある。
・消費者契約は極めて多様であることから、明確に分類して一律の区分を設けることは困難である。

【両案に共通する内容について】

・「平均的な損害の額」の概念を明確化することが困難な中で、新たな規律の導入を検討するのは問題がある。
・消費者及び事業者の双方にとって複雑で分かりにくい制度となるのではないか。

上記の課題を踏まえつつ、本検討会において検討を行ったところ、上記の課題を解決する方法としてＡ案とＢ案を組み合わせる可能性について指摘があり、一部の委員から具体的な折衷案が提案された。

【折衷案】

１　消費者契約の解約料条項について、平均的損害額を超えない部分は有効とする。ただし、以下の各項目に該当する部分は、平均的損害額を超えないものと推定する。

ⅰ）契約の解除後に目的物又は権利が返還される場合

目的物の使用料または権利の行使により得られる利益の価額として相当な部分

ⅱ）契約の解除後に目的物または権利が返還されない場合

目的物または権利の販売価格として相当な部分

ⅲ）役務の提供を目的とする契約の解除が役務の提供の開始後である場合

提供された役務の対価として相当な部分

ⅳ）契約の解除が、目的物の引渡しもしくは権利の移転または役務提供の開始前である場合

契約の締結及び履行のための費用として相当な部分

ⅴ）その他政令で定めるもの

政令で定める部分

２　同一の消費者契約に複数の解約料条項を設けた場合において、そのうち一つの条項の解約料の額が平均的損害額を超えないことを証明した事業者は、その解約料条項以外の解約料条項について、当該証明のされた解約料条項と同等の条件を消費者に提供するものであることをもって、前項の証明に代えることができる。

これについても、上記で指摘された課題の全てを解決するものとして妥当な案たり得るか、「解約料」設定の実務と整合するか等について議論が行われ、更に検討を続けるべきとの意見もあったが、必ずしも委員間で共通認識が形成されるには至っていない。

本検討会における検討を進めていく中で、「平均的な損害の額」というメルクマールを基礎としつつ、取引実務において多種多様な「解約料」を精緻化して適切な「解約料」を導く一律の基準を設けることが困難であること等が次第に明らかになってきた。また、「平均的な損害の額」の立証は、消費者にとっては証拠の偏在の観点から困難であるが、実際のビジネスにおいては必ずしも損害の発生を前提として「解約料」を定めていない場合がある中

では、あらゆる「解約料」について一律に事業者が「平均的な損害の額」の立証責任を負担することも困難であることが指摘された。他方で、現行の消費者契約法第９条第１項第１号が不当な「解約料」設定の抑止に一定の役割を果たしていること[44]も踏まえると、今回は同法第９条第１項第１号の見直しは行わず、まずは事業者の説明責任を強化することとし、具体的には下記２の「解約料」条項の説明に係る既存の制度を拡充する方向が考えられる。

２．「解約料」条項の説明によるトラブル抑止

「解約料」条項に係る規定が果たすべき役割は、それによって消費者が安心・安全に契約をすることができるようにし、「解約料」をめぐるトラブルが生じることを可及的に防ぐことにある。この規定を改正する主たる目的は、「解約料」をめぐるトラブルの抑止である。したがって、「解約料」の説明に関する既存の制度の拡充を行い、「解約料」についての消費者の理解を促進し、消費者が「解約料」の支払について納得できるような情報が事業者から提供される環境を整備することが重要である。この点に関し、上記１においてＡ案及びＢ案に関する検討は、消費者も事業者も納得することができるかたちで「解約料」を抽出して規定化する試みであり、これまでの検討内容を「解約料」の説明に関する既存の制度の拡充に活用することが適当である。

具体的には、消費者契約法第３条第１項を改正し、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者契約の解除に伴う損害賠償の額の予定又は違約金の額・支払時期等が異なる複数の選択肢がある場合には、事業者は、消費者に対し、当該複数の選択肢についての情報を、適時・適切な方法で提供することを促す方向が考えられる。

また、事業者の消費者や適格消費者団体に対する「解約料」の算定根拠の説明に係る努力義務（消費者契約法第９条第２項、第 12 条の４）について、契約の締結及び履行のために通常要する費用以外のものが含まれる場合にはその旨を、参考とした業界等の考え方がある場合にはその旨を、それぞれ示して説明することを促す方向が考えられる[45]。

---

[44]最高裁令和７年 12 月 23 日第三小法廷判決（令和６年（受）第 204 号）では、消費者が LP ガスの供給等に関する契約を終了させる場合に、LP ガス設備の設置費用の一部を LP ガス事業者に対して支払う旨の契約条項が、消費者契約法第９条第１号（当時）にいう「当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項」に該当するとともに、解除された場合に当該事業者に生じる平均的な損害は存在しないとして、当該条項が同条同号により無効となる旨判示された。当該判決を含め、消費者契約法第９条第１項第１号がこれまで果たしてきた役割等を「解約料」の実態に即して検証・分析することは有益である。

[45]消費者契約法第９条第２項及び同法第 12 条の４については、令和４年改正時に新設された規定であるところ、その成果についても検証が必要であり、前回の改正時の議論及び改正後の成果も踏まえて慎重に検討すべきとの指摘もあった。また、義務とすることを検討すべきとの指摘もあった。

３．事業者・事業者団体が定める自主規制等の活用

ワーキンググループの論点整理では、事業者・事業者団体が定める自主規制等については、トラブルの予防・解決等に役立つものであり、とりわけ消費者団体等の外部の意見を考慮するなど正当性を高めるための工夫がなされることがより望ましいものであると整理された。他方で、消費者契約法第９条第１項第１号は「解約料」条項の有効性を規律する民事ルールであることから、自主規制等を消費者の権利義務に直結させることについては慎重な検討を要するという指摘もされている。

また、解約料研究会においては、以下のような指摘があった。

・業界における「平均的な損害」の内容を詳細に分析することで、業界全体の消費者の信頼を確保しようとする事業者団体の取組が確認され、こうした取組は業界ごとに異なる「平均的な損害」の内容を明確化するとともに、「解約料」の支払に対する消費者の不満を減らす観点からも有益である。

・業界の実態を踏まえて情報提供の在り方等を明確化しようとする事業者団体の取組が確認され、業界ごとに異なる望ましい手続の具体的な在り方を明確化するために有益である。

・業界における標準的な「解約料」の考え方を明確化し、消費者が信頼できる指針を明示することは、消費者が「解約料」を支払うことに納得する材料の一つになり得るものを提供する意味で、「解約料」の支払に対する消費者の不満を減らす方法として有益である。

上記に加え、事業者団体において、必要に応じて官民協議会も活用し、業界ごとの特性に応じて「解約料」の考え方を明確化するといった取組を積極的に進めることが期待される。それはとりもなおさず、消費者の「解約料」の不当性の立証に関する負担を軽減することにつながり、ひいては、そのような取組を行う事業者が消費者から選ばれるという好循環にもつながることから、「解約料」をめぐるトラブルの抑止という消費者契約法第９条第１項第１号の理念を実現していくための着実な前進に向けた新たな試みといえる。

第４　横断的な事項

１．法目的の在り方

従来の消費者契約法は、消費者と事業者との間の構造的な情報・交渉力の格差を捉え、消費者が正しい情報を基に干渉を受けず自由に意思決定できるようにするアプローチを基盤としてきた。

これに対し、超高齢化やデジタル化の進展等により消費者を取り巻く取引環境が大きく変化している現代社会では、消費者の利便性の向上がもたらされる一方で、消費者の力を弱めたり危害にさらされやすくする状態が急速に拡大し、誰もが単独で十全な意思決定をすることが一層困難になっている。

したがって、情報・交渉力の格差の是正に加え、消費者ならば誰しもが多様な脆弱性を有するという認識を基礎に置き、様々な関係主体が期待される役割を果たし連携することにより、消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）を整備することを目指していくことが重要であり、その理念を目的規定の中でも明らかにしていくことが必要である。

以上を踏まえ、①「消費者の脆弱性」への対応という要素[46]、②様々な関係主体がそれぞれの役割を果たし連携することで、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を実現するという要素[47]を加える観点から目的規定を見直す方向が考えられる。

２．「消費者」の定義の在り方

「消費者の脆弱性」を目的規定で定める場合には、「消費者」の定義においても「消費者の脆弱性」を考慮することが前提となることから、定義規定の変更は行わない方向が考えられる。

---

[46]「消費者の脆弱性」への対応については、例えば、以下のような点が参考となる。
ⅰ）消費者の誰しもが脆弱性を有すること（脆弱性が発現し得ること）。
ⅱ）「消費者の脆弱性」について下記のような要素により捉えること。
・現在の取引環境において単に消費者の自己決定に任せるのみでは自己の利益を十分に実現し得るような十全な判断を行うことができない状況
・消費者が自律的な意思決定（あるいは合理的な意思決定）をすることができない事情
ⅲ）全ての人について対等な関係性でルールを定める民法に対して、消費者契約法は情報・交渉力の格差に加え消費者が脆弱性を有することを捉え、異なる主体観を前提に契約に関するルールを定めるものであること。

[47]例えば、健全な市場の実現に向けて、事業者その他の消費者契約に関係する者が役割を果たし連携・協働することや消費者、事業者、その他の消費者契約に関係する者相互の関係から生じる信頼の確保を図ることといった点を踏まえる必要がある。

おわりに

「はじめに」で述べたとおり、本中間取りまとめは、本検討会におけるこれまでの議論を整理したものである。

今後、本中間取りまとめを基に、本検討会において更なる議論を続けていくとともに、消費者庁においては、本中間取りまとめで示した考え方を踏まえ、消費者契約法の見直しなどを進める必要がある。その際、別途、開催されている「デジタル取引・特定商取引法等検討会」における議論にも留意しつつ、引き続き連携を図っていくことが望ましい。

今般の消費者契約法の見直しについては、既存の枠組みにとらわれない抜本的かつ網羅的なルール設定に向けて行われるものであり、本中間取りまとめで示した考え方に基づき、今後、消費者契約法は役割や射程範囲が大きく広がっていくことが期待される。これまで事業者の不当な行為や契約条項を規制してきた消費者契約法に、新たに事業者の適切な配慮を求めること等によって消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）の整備を図るというアプローチを導入する今般の消費者契約法の見直しは、パラダイムシフト報告書によって示された理念を実現しそれに基づいて消費者法制度のパラダイムシフトを図っていくに当たっての中核となるものであるが、消費者庁においては、今後も時々の消費者法制度・消費者政策を通じ、その理念の周知啓発及び更なる具現化のための努力を続けていくことが必要である。

別　紙

目次

（別紙１）第５期消費者基本計画（令和７年３月 18 日閣議決定）（抜粋） 3

（別紙２）関連する付帯決議（抜粋） 5

（別紙３）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の開催について 7

（別紙４）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委員名簿 9

（別紙５）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ワーキンググループ　委員名簿 10

（別紙６）論点整理 11

（別紙７）これまでの検討状況 20

別紙１

第５期消費者基本計画（令和７年３月 18 日閣議決定）（抜粋）

○ 12 頁 「第２章 本計画における消費者政策の基本的な方向性と目指すべき社会の姿」「１．本計画における消費者政策の基本的な方向性～求められるパラダイムシフト～」「（１）消費者政策の価値規範に関する考え方の転換」から抜粋

第１章で示した、デジタル技術の飛躍や社会構造の変化等に伴う消費者の取引環境の急激な変化を踏まえ、本計画においては、消費者基本法に定める基本理念を尊重しつつ、消費者政策の価値規範に関する考え方の転換（パラダイムシフト）を図るとともに、施策への反映を通じて具現化を目指す。具体的には、消費者取引における一定のモデルとして、以下の考え方を基本とする。

・一定のモデルとして「一般的・平均的・合理的消費者像」（情報や判断の機会等が与えられれば適切かつ合理的な決定ができる「強い消費者」像）を念頭に置いて「消費者と事業者間の情報の質・量、交渉力の格差」の是正を図ることのみではなく、現実の消費者が様々な脆弱性を有するという認識を消費者政策や消費者法制度の基礎に置き、そのような多様な消費者が安心して安全に取引に参画することを可能にする環境の整備を図ること。

・全ての消費者が有する多様な「消費者の脆弱性」に着目すべきであって、一部の「脆弱な消費者」に例外的に着目すればよいわけではなく、認知機能の低下等によって「配慮を要する消費者」は多様な消費者の脆弱性の一類型であること。

・他者の介入を排除し消費者が独立して自由に意思決定をすることができさえすればよいとするのではなく、消費者が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決定を可能とし、また、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可能とする環境の整備を図ること。

・従来のように主に消費者が対価として金銭を支払う狭義の「消費」行動のみを念頭に置くのではなく、消費者が情報、時間及び関心・アテンションを提供する場合も、「消費者取引」として消費者政策や消費者法制度において自覚的に捉えていくこと。

・「消費者」を、事業者との対比において事業として活動するのでない個人（自然人）としてのみ捉えるのではなく、生活のための活動を行う個人であり、そのため多様な「消費者の脆弱性」を有し、そのような「消費者の脆弱性」を有しない事業者との間であるいは事業者を介して、金銭だけでなく物・サービス、情報、時間及び関心・アテンションをやりとりしている主体として捉えること。

・デジタル取引の様々な特徴、とりわけイノベーションが取引環境に急激な変

化をもたらすことを踏まえ、包括的な視野に立った適切な対応の在り方を検討すること。その際、技術革新は消費者の利便性や生活の質の向上のみならず、社会課題の解決や経済成長にも寄与するものであることにも配慮する必要があること。

・施策の手法について、既存の枠組みに捉われることなく、悪質かつ深刻な被害をもたらす行為に対する厳正な対処と健全な事業活動の評価・促進の組合せといったグラデーション、法律により強制力をもって介入するハードな手法とインセンティブの活用や公私協働の仕組み等のソフトな手法、技術といった様々な手法のコーディネートなど、広い視野で実効性のある手法を検討すること。

・消費者と事業者の関係を相対峙するものとしてだけではなく、健全で自律的な取引社会を共創・協働するパートナーとしても構築すること。その際、取引基盤を提供するプラットフォーム提供事業者、決済機能提供事業者及び情報・広告提供者の果たすべき役割が重要であるとともに、消費者団体・専門家組織・事業者団体の相互連携及び行政との連携や役割分担に係る枠組みを整理し整備していくことが有益であること。

○ 44 頁　「第４章　消費者政策における基本的な施策」「２．消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会の確保」「（２）消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保」「① 公正な取引環境の確保」から抜粋

消費者が信頼できる公正な環境の下、商品・サービスにおいて消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保されることは消費者の権利の一つであり、消費者政策の基本理念でもある。同時に、消費者が確かな情報に基づき商品・サービスを選ぶことを通じて、事業者が消費者のニーズに合った商品・サービスの開発を競い合い、より多くのより良い商品・サービスが提供されることが期待される。事業者間の公正かつ自由な競争を促進することを通じた消費者の利益の確保等を目的とする競争政策は、消費者政策との関連でも重要な役割を果たしており、両政策の連携をより一層強化していく。

消費者の財産被害の発生又は拡大の防止のため、消費者安全法の規定に基づく、消費者に対する注意喚起や関係機関への情報提供を実施するなど、同法に基づく措置を的確に講じていく。消費者契約法が消費者契約全般に適用される包括的な民事ルールであることの意義や同法の消費者法令における役割を多角的な見地から整理するとともに、既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的な規律設定の在り方を検討し、見直しを図る。その際、解約料に係る課題や消費者取引による被害を実効的に予防・救済する観点からの検討も併せて進める。

【参考】附帯決議（抜粋）

令和４年通常国会「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」法案審議時

○衆議院（令和４年４月19日）

一　法改正後直ちに、諸外国における法整備の動向を踏まえ、消費者契約法が消費者契約全般に適用される包括的な民事ルールであることの意義や同法の消費者法令における役割を多角的な見地から整理し直した上で、判断力の低下等の個々の消費者の多様な事情に応じて消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができる制度の創設、損害賠償請求の導入、契約締結時以外への適用場面の拡大等既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討を開始すること。

二　一の検討の際には、超高齢化社会が進展し高齢者の消費者保護の重要性が高まっていることや、成年年齢の引下げ後における若年者の消費者被害の状況等を踏まえ、悪質商法による被害を実効的に予防・救済するとの観点を十分に踏まえること。

三　一の検討の際には、「平均的な損害」の額に係る立証責任の転換を含め、消費者契約に関する検討会の報告書において将来の検討課題とされた事項等について引き続き検討すること。

○参議院（令和４年５月20日）

一　法改正後直ちに、諸外国における法整備の動向を踏まえ、消費者契約法が消費者契約全般に適用される包括的な民事ルールであることの意義や同法の消費者法令における役割を多角的な見地から整理し直した上で、判断力の低下等の個々の消費者の多様な事情に応じて消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができる制度の創設、損害賠償請求の導入、契約締結時以外への適用場面の拡大等既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討を開始し、必要な措置を講ずることとすること。

二　一の検討の際には、超高齢化社会が進展し高齢者の消費者保護の重要性が高まっていることや、成年年齢の引下げ後における若年者の消費者被害の状況等を踏まえ、悪質商法による被害を実効的に予防・救済するとの観点を十分に踏まえること。

三　一の検討の際には、消費者が合理的な判断をすることができない事情を不当に利用して、事業者が消費者を勧誘し契約を締結させた場合における消費者の取消権（いわゆるつけ込み型不当勧誘取消権）の創設について検討するとともに、「平均的な損害」の額に係る立証責任の転換を含め、消費者契約に関する検討会の報告書において将来の検討課題とされた事項等について引き続き検討すること。

【参考】消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律　附則（抜粋）

（検討）

第六条　政府は、この法律の施行後五年を経過した場合において、この法律による改正後の規定の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

別紙２

【参考】附帯決議（抜粋）

令和４年臨時国会「消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律案並びに法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律案」法案審議時

○衆議院（令和４年12月８日）

十　消費者契約法については、行政措置を導入して民事ルールと相まって被害の防止・救済を実現しようとする新法の意義や配慮義務その他の規定に係る新法の成立過程における国会での議論も踏まえて、第二百八回国会における附帯決議で求められた、同法の消費者法令における役割を多角的見地から整理し直した上で、既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方についての検討をすすめること。

○参議院（令和４年12月10日）

十三　行政措置を導入して民事ルールと相まって被害の防止・救済を実現しようとする新法の意義や配慮義務その他の規定に係る新法の成立過程における国会での議論も踏まえて、第二百八回国会における附帯決議で求められた、消費者契約法の消費者法令における役割を多角的見地から整理し直した上で、既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方についての検討をすすめること。

【参考】◎消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律　附則（抜粋）

（検討）

第三条　政府は、この法律の施行後五年を経過した場合において、この法律による改正後の規定の施行の状況について検討を加え必要があると認めるときは、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

別紙３

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の開催について

１．開催趣旨

消費者契約法は、消費者契約全般を対象とする包括的な民事ルールであり、社会経済情勢の変化等に対応するため、これまで累次の改正が行われてきた。

令和４年改正（通常国会）の際の衆議院・参議院の消費者問題に関する特別委員会における附帯決議（以下「令和４年改正附帯決議」という。）では、消費者契約法の消費者法制度における役割等を多角的な見地から整理し、既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討することとされた。令和４年改正（臨時国会）の際の附帯決議でも同様の検討が求められた。

これを受けて、令和４年８月から令和５年６月まで、消費者庁において「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」を開催し、令和５年７月に議論の整理を公表した。その議論の整理を受け、より多角的な見地から消費者法制度の在り方についての検討を深めるために、令和５年 11 月に内閣総理大臣から消費者委員会に対して諮問がなされ、令和５年 12 月から令和７年６月まで、消費者委員会において「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」が開催され、令和７年７月に同専門調査会の報告書が公表された。令和７年７月、同報告書を踏まえ、消費者委員会から内閣総理大臣に対して、「消費者ならば誰しもが多様な脆弱性を有するという認識を消費者法制度の基礎に置き、既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定に向けて、種々の規律手法を目的に応じ有効かつ適切に組み合わせて実効性の高い消費者法制度を整備すべく更なる具体的な検討を行うなど、必要な取組を進めることが適当である」旨の答申が出されたところである。

また、令和４年改正附帯決議では、消費者契約法第９条第１項第１号のいわゆる「解約料条項」についても、「平均的な損害」の額に係る立証責任の転換を含め解約料を巡る諸課題について引き続き検討することとされた。

これを受けて、令和５年 12 月から令和６年 12 月まで、消費者庁において「解約料の実態に関する研究会」を開催し、令和６年 12 月に議論の整理を公表した。

今般、上記の議論の経緯を踏まえつつ、消費者の多様な脆弱性を踏まえた消費者取引を規律する規範の確立、現代社会に適応する規律対象・射程・手法の変革及び消費者取引に関わる様々な関係主体の共創協働という消費者法制度のパラダイムシフトのアプローチに基づき、消費者契約法における具体的な規律や対応を検討するため、消費者庁において「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」（以下「検討会」という。）を開催する。

２．主な検討事項

現代社会における消費者取引の在り方を踏まえ、次の事項について検討を行うこと

とする。
（１）消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律
（２）消費者契約の各過程に関する必要な規律
（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
（４）「解約料」の実態を踏まえた実効的な仕組み
（５）横断的な検討事項

３．委員・運営

（１）検討会の委員は、消費者庁長官が委嘱するものとする。
（２）検討会に座長を置き、座長は消費者庁長官があらかじめ指名する者とする。
（３）検討会の下にワーキンググループを置くことができる。

４．事務局

検討会の庶務は、関係課室等の協力を得て、消費者庁消費者制度課において処理する。

５．備考

検討会は原則公開とし、オンラインでのライブ配信による一般傍聴を可能とする。
また、検討会における配布資料及び議事録は、原則として、速やかに消費者庁ウェブサイトに掲載する。

別紙４

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
委員名簿

（委員）

大屋（おおや）　雄裕（たけひろ）	慶應義塾大学法学部教授
垣内（かきうち）　秀介（しゅうすけ）	東京大学大学院法学政治学研究科教授
片山（かたやま）　銘人（たかひと）	日本労働組合総連合会 総合政策推進局 社会政策局長
加毛（かも）　明（あきら）	東京大学大学院法学政治学研究科教授
カライスコス　アントニオス	龍谷大学法学部教授
北島（きたじま）　周作（しゅうさく）	東京大学大学院法学政治学研究科教授
後藤（ごとう）　元（げん）	東京大学大学院法学政治学研究科教授
佐藤（さとう）　沙織（さおり）	味の素株式会社 コーポレート本部法務・コンプライアンス部マネージャー／弁護士 一般社団法人 日本経済団体連合会 消費者政策委員会 消費者法部会 消費者契約法改正検討WG委員
坪田（つぼた）　郁子（いくこ）	公益社団法人全国消費生活相談員協会理事長
土井（どい）　和雄（かずお）	全国商工会連合会 中小企業問題研究所所長
西内（にしうち）　康人（やすひと）	京都大学大学院法学研究科教授
二之宮（にのみや）　義人（よしと）	二之宮義人法律事務所／弁護士
平井（ひらい）　俊圭（しゅんけい）	社会福祉法人全国社会福祉協議会 （伊賀市社会福祉協議会 会長）
山下（やました）　純司（よしかず）（座長代理）	学習院大学法学部教授
山本（やまもと）　隆司（りゅうじ）（座長）	東京大学大学院法学政治学研究科教授

（敬称略、五十音順。肩書は令和７年 11 月 25 日現在）

（オブザーバー）

最高裁判所

法務省

独立行政法人国民生活センター

（事務局）

消費者庁消費者制度課

別紙５

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
ワーキンググループ　委員名簿

（委員）

大屋（おおや）　雄裕（たけひろ）	慶應義塾大学法学部教授
垣内（かきうち）　秀介（しゅうすけ）	東京大学大学院法学政治学研究科教授
加毛（かも）　明（あきら）	東京大学大学院法学政治学研究科教授
カライスコス　アントニオス	龍谷大学法学部教授
北島（きたじま）　周作（しゅうさく）	東京大学大学院法学政治学研究科教授
後藤（ごとう）　元（げん）	東京大学大学院法学政治学研究科教授
西内（にしうち）　康人（やすひと）	京都大学大学院法学研究科教授
山下（やました）　純司（よしかず）（座長）	学習院大学法学部教授

（敬称略、五十音順。肩書は令和７年 12 月２日現在）

（事務局）
消費者庁消費者制度課

別紙６

論点整理

令和８年５月

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ワーキンググループ

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

消費者が多様な脆弱性を有しながらも安心・安全に取引できる環境（優良な事業活動が選ばれる健全な市場）の実現に向け、取引当事者である事業者及びそれ以外の消費者契約に関係する主体が果たすべき役割や期待される役割を明らかにするプリンシプル（具体の行為を特定するのでない行動規範や行動原則）を消費者契約法で規定することとしてはどうか。

その際、配慮しないことが不適切なものと配慮することが望ましいものとの違いを意識しつつ整理することが有効と考えられる。

具体的には以下の案が考えられる。

○ 事業者が、消費者契約の締結についての勧誘をするに際して、「消費者の脆弱性」を踏まえ、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及び消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件に応じて、以下の事項に配慮することを求める規定を設ける。

【配慮しないことが不適切なもの（ミニマム・スタンダード）】

ⅰ）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

ⅱ）消費者の契約目的、生活状況・財産状況を踏まえ、消費者契約の締結による消費者の財産状況の悪化により消費者又はその配偶者若しくは親族（当該消費者が扶養の義務を負う者に限る。）の生活の現状を著しく悪化させることがないようにすること

【配慮することが望ましいもの（ベスト・プラクティス）】

ⅰ）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

ⅱ）契約内容が消費者にとっての契約目的、生活状況・財産状況に適合するものとなることに資すること

○ 取引当事者である事業者以外の消費者契約に関係する主体（取引基盤提供者等）や関係し得る主体（地域のネットワーク等）が、消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）の実現のための共創協働の観点から配慮することを促す規定を設ける。

○ 上記の各規定は法律上の規範として規定する。なお、消費者契約一般を対象として、具体の行為を特定するのでない行動規範や行動原則を示すものであ

ることから、民事法上の効果に関する規定及び行政処分に関する規定を設けない。

○ 上記各規定について、行政が指針を策定することができることとし、指針の策定・見直し・運用に関し必要な事項を協議する場として官民協議会を設置することとする。

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

多様な脆弱性による影響の中でも消費者に深刻な結果が生じる場面についてはその重大性に鑑み、消費者取引の予見可能性を確保し、一定の消費者が市場から排除されるといった弊害を避けつつ、１．より具体的な手法を検討することが重要となる。

そこで、事業者の不当行為や主観を要件とすることなく当該深刻な結果から消費者を解放し、あるいは、そもそも深刻な結果に陥らないように効果的に予防する観点から、以下の民事ルール（１）と行政的手法（２）の双方又はいずれかにより対応することとしてはどうか。

（１）民事ルール（消費者契約法における新たな手法）

消費者にとって安心・安全に、事業者にとって円滑に取引できるように事業者・消費者・「第三者」[1]で支え合う仕組みを組み込みつつ、救済が必要となる場合に消費者の意思により契約の拘束力からの解放を可能とする手段として、消費者の解除権を規定することを検討した（※）。

（※）契約の無効については消費者契約一般について一律に無効となる範囲を慎重に検討することを要する。

具体的には以下の案が考えられる。

○ 消費者が、①適切な判断をすることが困難な状態（※１）で、②深刻な結果となる内容の契約を締結した場合（※２）に解除できることとし、③事業者の予見可能性を確保しつつ共創協働の観点から「第三者」による見守りを促す仕組み（※３）を設ける。

（※１）消費者が年齢、心身の状態、経験、心理状態等の事情により適切な判断をすることが困難な状態にある場合を想定。

（※２）消費者の生活の基盤となる財産を失う内容の契約を締結する場合を想定。

（※３）事業者が契約締結に先立ち所定の「第三者」に連絡した場合（消費者が連絡を拒否した場合を含む。）に解除権が発生しないこととすることを想定。
規定の方法としては、消費者が一定の契約（所定の契約類型のうち自身の生活の基盤となる財産を失う可能性のあると考えるもの）について、締結に先立つ連絡先となる「第三者」をあらかじめ指定することができる仕組みを設

[1] 当該取引当事者である消費者・事業者以外の者であり、利害関係が無い者に限定するものではない。

けることを前提に、事業者が指定の有無の確認、指定がある場合は当該「第三者」への連絡をした場合には解除権が発生しないこととすることも考えられる。

連絡先となる「第三者」の免責の必要性・可能性についても検討が必要。

○　解除権の効力は遡及効が想定される。それに伴い、消費者側の原状回復範囲、第三者への対抗関係、行使期間について規定を整備する。

○　ただし、事業者の不当行為や主観を要件とすることなく解除権を基礎付ける場合に、取引相手方である事業者に契約の効力の事後的な否定という不利益を課すという側面があることを踏まえて、どのように制度設計をし得るか検討が必要と考えられる。

（２）行政的手法（消費者契約法以外の手法）

一定の深刻な結果が生じる場面の拡大を防止するための行政措置や、共創協働により予防を図る行政的手法を活用する（※）。

（※）例えば、対象場面に特化した一定の行政規制を活用するものとして、特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）における適合性原則等（同法第７条第１項第５号、同法施行規則第 18 条第２号、第３号）との関係整理を含めて検討すること等が考えられる。

また、消費者やその周囲の者への注意喚起、地域における見守りの促進等が考えられる。

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

法的に保護されるべき利益の範囲や取引当事者である消費者の意思の尊重との関係を踏まえ、１．の配慮を促進する仕組みにより対応することとしてはどうか。具体的な内容は行政が指針を策定することができることとし、指針の策定・見直し・運用に関し必要な事項を協議する場として官民協議会を設置することとしてはどうか。

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

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。

具体的には以下の案が考えられる。

○　以下の各規定を設ける。

①継続的な契約関係からの離脱一般に関する規定

ⅰ）解約妨害（※）の禁止

（※）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。

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（※）

（※）例えば、離脱方法が契約締結方法と同じ方法である場合あるいは同じ方法を含む複数の方法が用意されている場合には多くの場合に合理的と考えられる。

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を継続的な契約の特性に応じて整備

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。

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。

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ておき、消費者に事前に説明する努力義務規定

○ 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。

○ 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。

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

「消費者契約」（消費者契約法第２条第３項）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、アテンションを事業者に提供する場合も契約に該当する場合においては「消

費者契約」に含まれていると整理（確認）することとしてはどうか。

その上で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考えられるところ、上記第１の１の配慮に係る規定（※）により契約締結についての消費者の適切な判断の確保を図ることが可能となるため、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特化した規定を設ける必要はないと考えられるのではないか。

（※）具体的には下記部分が関係。

- 配慮しないことが不適切なもの（ミニマム・スタンダード）のｉ）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
- 配慮することが望ましいもの（ベスト・プラクティス）のｉ）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

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情報法等の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としてはどうか。

第３．「解約料」[2]の実態を踏まえた実効的な仕組み

ビジネスにおける「解約料」の実態や消費者側の立証困難の課題を踏まえて検討した。以下の１・２の双方又はいずれかにより対応することとしてはどうか。

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

「解約料」条項に係る規定が果たすべき役割は、それによって消費者が安心・安全に契約をすることができるようにし、「解約料」を巡るトラブルが生じることを可及的に防ぐことにある。

この点、現行法においては、「解約料」の有効性・合理性について、その判断する基準として「平均的な損害の額」を超えるか否かというメルクマールが規定されている。

他方、実際の「解約料」をみると、原状回復賠償の範囲にとどまる「解約料」は基本的に有効性・合理性に疑義がないと考えられるが、ビジネスにおける「解約料」の実態を踏まえ、それ以外にも有効性・合理性が認められ得る「解約料」が存在すると考えられる。しかしながら、それらの「解約料」の有効性・合理性については、「平均的な損害の額」との関係で理解・説明することが容易でない場合があると考えられる。

この点を前提として、ビジネスの実態を踏まえ、消費者側の立証困難に対処するという課題にどのようにアプローチするかについて、下記Ａ案・Ｂ案を検討し

[2] 違約金やキャンセル料等の名称のいかんによらず、消費者契約の解除に関連して消費者が実質的に負う経済的負担を「解約料」という。

た。

○　【Ａ案】

消費者側の立証困難の課題に対応するため、消費者契約法第９条第１項第１号の規律について事業者が立証責任を負うものとする。

もっとも、目的・手段において合理性が認められ得るものの「平均的な損害の額」との関係で理解・説明することが必ずしも容易でない類型の典型である価格差別目的の「解約料」については、従来の「平均的な損害の額」を基準とした規律によらない形で合理性を説明可能とするための新たな基準を設けるものとする。

具体的には、以下の案が考えられる。

- 消費者契約法第９条第１項第１号の規律について、事業者が立証責任を負うものとする。
- 同種の商品又は役務について複数の合理的な選択肢（※）がある場合には、当該選択肢のうち最も「解約料」が安いもの（「解約料」を取らない場合も含む）について当該「解約料」が「平均的な損害」の額を超えない場合には、その他の選択肢における「解約料」については「平均的な損害」の額を基準とする規律を適用しないこととする。要件該当性については、事業者が立証するものとする。

（※）下記の全てを満たすものを想定。

- 複数の選択肢のいずれについても、消費者による選択の実績（新たな選択肢を設ける場合には当該選択肢が将来選択され得ることの合理的な根拠）があること
- 消費者が複数の選択肢から選択できるようにするため、適時・適切な情報提供がなされていること

ただし、Ａ案については、①合理的な価格差別目的の「解約料」を適切に切り出して潜脱を防止することができるか、②消費者による選択を確保できるかについて検討が必要と考えられる。

○　【Ｂ案】

消費者契約法第９条第１項第１号の規律の下で、消費者側の立証困難の課題に対応するために、基本的に有効性・合理性に疑義がないと考えられる原状回復賠償に相当する部分等については消費者が立証責任を負うものとし、ビジネスにおける「解約料」の実態を踏まえ、それ以外にも有効性・合理性が認められ得る「解約料」が存在すると考えられることに対応するために、原状回復賠償に相当する部分等以外のものについては事業者が立証責任を負うものとする。

ただし、Ｂ案については、①消費者が立証責任を負う原状回復賠償に相当する部分等について適切に画することができるか、②契約条項の一部無効を想定した規定に事業者にとっての立証負担の軽重の要素が盛り込まれる結果、現状

以上に適切な「解約料」条項を設定するインセンティブが失われないかについて検討が必要と考えられる。

○ 上記Ａ案・Ｂ案の規定を設けるに当たって、現行の消費者契約法では民事法上の効果に関する規定では一部でしか活用されていない法律による委任を受けた政令・内閣府令を必要に応じて活用する。

○ 事業者・事業者団体が定める自主規制等については、紛争の予防・解決等に役立つものと考えられるが、これを消費者の権利義務に直結させることについては慎重な検討を要することを踏まえ、当面は消費者契約法が定める「解約料」条項の有効性と結び付ける形とはしない（なお、当該自主規制等について、とりわけ消費者団体等の外部の意見を考慮するなど正当性を高めるための工夫がなされることがより望ましいものと考えられる。）。

○ 「平均的な損害の額」概念の内容を整理する必要性・実現可能性について検討が必要と考えられる。

２.「解約料」条項の説明に関する既存の制度の拡充

「解約料」についての理解を促進しトラブルを抑止する観点から、「解約料」条項の説明に関する既存の制度（消費者契約法第３条、第９条第２項、第 12 条の４）を拡充する（※）。

（※）例えば、以下のような方向性が考えられる。

- 消費者の選択に資する情報を説明内容とする観点から、「解約料」の目的・機能、解約率等を説明内容とすること、あるいは説明内容に含まれることを確認すること。その場合、特に解約率については、営業秘密との関係整理が必要と考えられる。
- 全面的に努力義務ではなく義務とすることができるか。それが困難であるとしても損害の捉え方を整理する観点から説明に関する制度の実効性を高めること

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

有効・無効について評価の余地を伴う契約条項を対象として、一定の要素（※）を満たす場合に正当化される（有効とする）仕組みを中心に検討した。

このような仕組みによることで規律の隙間が生じることを防ぎつつ予見可能性を確保することが期待できる一方、法律の委任によらない規範を正当化要素として消費者の権利義務に直結させることについては、慎重な検討を要するのではないか。

なお、配慮に係る規定（上記第１の１）における法律上の規範を指針により具体化する仕組みが、行為規範や契約内容について予見可能性を確保しつつ柔軟な対応を可能とする局面で活用されることが期待できるのではないか。

（※）例えば、一定のソフトロー（例えば事業者・事業者団体が定める協定・規約であって、行政が認定し、あるいは適格消費者団体等が策定等に関与するもの）への適合や適格消

費者団体による評価等。

２．法目的の在り方

従来の消費者契約法は、消費者と事業者との間の構造的な情報・交渉力の格差を捉え、消費者が正しい情報を基に干渉を受けず自由に意思決定できるようにするアプローチを基盤としてきた。

これに対し、超高齢化やデジタル化の進展等により消費者を取り巻く取引環境が大きく変化している現代社会では、消費者の力を弱めたり危害にさらされやすくする状態が急速に拡大し、誰もが単独で十全な意思決定をすることが一層困難になっている。

そこで、今後は、情報・交渉力の格差の是正に加え、消費者ならば誰しもが多様な脆弱性（※）を有するという認識を基礎に、様々な関係主体が期待される役割を果たし連携することで、消費者が安心・安全に取引できる環境（健全な市場）を整備することを目指していくことが重要となる。

（※）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の「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、

- 「消費者の脆弱性」の類型等として、「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、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もの）、「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）といった分析等がされている（同報告書９、10 頁）。
- 「消費者法制度において『消費者の脆弱性』を捉えるに当たっては、消費者ならば誰しもが多様な脆弱性を有するという認識を法制度の基礎に置くことが本質である。」「他方で、脆弱性を分類しそれぞれの内容を厳格に定義付けていくことは本質ではない。」とされている（同報告書 11、12 頁）。

以上を踏まえ、①「消費者の脆弱性」への対応という要素（※１）、②様々な関係主体がそれぞれの役割を果たし連携することで、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を実現するという要素（※２）を加える観点から目的規定を見直すこととしてはどうか。

（※１）例えば、下記のような点を踏まえることが考えられる。

ⅰ）消費者の誰しもが脆弱性を有すること（脆弱性が発現し得ること）

ⅱ）「消費者の脆弱性」について下記のような要素により捉えること

- 現在の取引環境において単に消費者の自己決定に任せるのみでは自己の利益を十分に実現し得るような十全な判断を行うことができない状況
- 消費者が自律的な意思決定（あるいは合理的な意思決定）をすることができない事情

ⅲ）全ての人について対等な関係性でルールを定める民法に対して、消費者契約法は情報・交渉力の格差に加え消費者が脆弱性を有することを捉え、異なる主体観を

前提に契約に関するルールを定めるものであること

（※２）例えば、健全な市場の実現に向けて、事業者その他の消費者契約に関係する者が役割を果たし連携・協働することや消費者、事業者、その他の消費者契約に関係する者相互の関係から生じる信頼の確保を図ることといった点を踏まえることが考えられる。

３．「消費者」概念・定義規定の在り方

「消費者」「消費者契約」の定義規定の変更は要しないと考えられるのではないか（※）。

（※）「消費者の脆弱性」を目的規定に加える以上その旨を定める場合には、「消費者」の概念上も前提となる。他方、事業者にとって人としての脆弱性が発現することがあり得るとしてもそれは事業者同士が相対する場面においてであり、消費者契約（消費者と事業者とが相対する場面）との関係で考慮すべきは「消費者の脆弱性」であるから、消費者と並べて「脆弱な事業者」を新たに消費者契約法の対象に加える必要はないと考えられる。

以上

別紙７

これまでの検討状況

	開催日	議題
第１回	令和７年 11 月 25 日	・検討会の進め方等 ・事務局からの説明
ワーキンググループ 第１回	令和７年 12 月２日	・消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律 ・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)
ワーキンググループ 第２回	令和７年 12 月９日	・消費者契約の各過程に関する必要な規律 ・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)
ワーキンググループ 第３回	令和７年 12 月 19 日	・「解約料」の実態を踏まえた実効的な仕組み ・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 ・横断的な検討事項(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)
ワーキンググループ 第４回	令和８年１月 13 日	・消費者契約の各過程に関する必要な規律(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) ・横断的な検討事項(「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、法目的の在り方)
第2回	令和８年１月 26 日	・ワーキンググループでの議論状況について
ワーキンググループ 第５回	令和８年３月 19 日	・消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律等
ワーキンググループ 第６回	令和８年３月 31 日	・消費者契約の各過程に関する必要な規律等 ・横断的な検討事項(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」概念・定義規定の在り方、法目的の在り方)
ワーキンググループ 第７回	令和８年４月７日	・「解約料」の実態を踏まえた実効的な仕組み等
ワーキンググループ 第８回	令和８年４月 27 日	・論点整理(案)について
第３回	令和８年５月 22 日	・ワーキンググループの論点整理について
第４回	令和８年６月８日	・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)
第５回	令和８年６月 18 日	・「解約料」の実態を踏まえた実効的な仕組み ・消費者の多様な脆弱性への対応として必要な規律(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)
第６回	令和８年７月２日	・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)
第７回	令和８年７月 13 日	・第４回～第６回の議論における積み残し等
第８回	令和８年８月 31 日	・中間取りまとめ(案)について
第９回	令和８年９月９日	・中間取りまとめ(案)について