

海外の消費者法制度に係る 種々の手法の組合せに関する 調査・分析（概要）について

令和 7 年 3 月 31 日
消費者庁

調査の目的

消費者委員会の「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」にて検討が進められている事項のうち、「ハードロー的手法とソフトロー的手法、民事・行政・刑事法規定など種々の手法をコーディネートした実効性の高い規律の在り方」について、海外における消費者法制度（消費者取引に関するもの）に係る民事・行政・刑事法規定、ハードロー・ソフトロー、ステークホルダーとの協働の仕組みなどの種々の手法の組合せについて調査・分析し、我が国の制度と比較することで、我が国における望ましい制度の在り方（ベストミックス）の検討に貢献する。

調査内容

対象国・地域



米国（※）、ドイツ、英国、オーストラリア、フィリピン、EU、ASEAN

※ 全米でも最も包括的かつ先進的な消費者法制度を持つとされるカリフォルニア州についても調査。

調査事項

下記事項について文献・ヒアリング調査、比較分析を実施（令和6年9月～令和7年3月）。

- ① 当局 国・連邦／地方公共団体レベル
- ② ハードロー 概要、最新の動向、執行状況（国・連邦／地方公共団体レベル）
- ③ ソフトロー 当局・民間が策定したソフトロー、ハードローとソフトローを組み合わせた仕組み
- ④ ステークホルダー等との連携

ステークホルダーとの連携、国・連邦・地方公共団体間の当局同士、関係省庁との連携、他の国・法域・国際機関との連携



①当局

国・連邦レベル

- ・ **連邦取引委員会（Federal Trade Commission : FTC）消費者保護局（Bureau of Consumer Protection）**
所管法令は、FTC法、安全ウェブ法、テレマーケティング及び消費者詐欺・濫用防止法、INFORM消費者法等。
- ・ **消費者金融保護局（Consumer Financial Protection Bureau : CFPB）**
所管法令は、消費者信用保護法やドッドフランク・ウォールストリート改革・消費者保護法等。

カリフォルニア州

- ・ **カリフォルニア州司法長官事務所（California Attorney General's Office : OAG）**
消費者保護部（Consumer Protection Section）
所管法令は、消費者法律救済法、不公正競争防止法、虚偽広告法、カリフォルニア消費者プライバシー法等。
- ・ **カリフォルニア州消費者問題局（California Department of Consumer Affairs : DCA）**
規制機関の監督や、専門職・業界に関する消費者保護を担当（ライセンス発行、基準設定、苦情処理等）。
- ・ **カリフォルニア州金融保護・革新局（Department of Financial Protection and Innovation : DFPI）**
州レベルの金融サービス規制を担当し、消費者金融法、自動車販売金融法、債権回収法等を執行。
- ・ **公共事業委員会（California Public Utilities Commission : CPUC）、**
保険局（Department of Insurance）
公共サービスや保険分野における消費者保護規制を担当。



②ハードロー（概要）

国・連邦レベル

- ・ **連邦取引委員会法（Federal Trade Commission Act）**
同法 5 条では、不公正又は欺瞞の商取引の行為や慣行を違法としている。
- ・ **安全ウェブ法（U.S. Safe Web Act）**
連邦取引委員会法を改正したもの。スパム、スパイウェア、インターネット詐欺などの海外からのネット不正取引を効果的且つタイムリーに防止する。
- ・ **消費者信用保護法（Consumer Credit Protection Act）**
- ・ **信用慣行規則（Credit Practices Rule）**
- ・ **テレマーケティング及び消費者詐欺・濫用防止法（Telemarketing and Consumer Fraud and Abuse Prevention Act）**
- ・ **ドッドフランク・ウォールストリート改革・消費者保護法（Dodd-Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act）**
- ・ **INFORM消費者法（INFORM (Integrity, Notification, and Fairness in Online Retail Marketplaces) Consumers Act）**
インターネット取引の透明性を向上し、盗難品や偽造品、安全性に欠けた商品のオンライン販売を防止する。
- ・ **テレマーケティング販売規則（Telemarketing Sales Rule）**

②ハードロー（概要）



カリフォルニア州

- ・ **消費者法律救済法（Consumers Legal Remedies Act : CLRA）**

消費者に対する16種類の禁止行為を規定し、商品の原産地や認証に関する虚偽表示、商品の品質や等級に関する虚偽表示、事前に意図していた価格から値下げしたと虚偽表示をするベイト・アンド・スイッチ等の行為を禁止する。被害者は差止請求、損害賠償請求、そして一定の条件下では懲罰的損害賠償を求めることが可能。

- ・ **不公正競争防止法（Unfair Competition Law : UCL）**

事業者による「不公正」・「不法」・「詐欺的」な事業行為を幅広く禁止する。救済措置としては、主に差止命令と不当利得の返還が認められる。

- ・ **虚偽広告法（False Advertising Law : FAL）**

消費者を誤導するような方法で商品やサービスについて虚偽又は誤解を招く表示を禁止する。意図的に虚偽・誤解を招く広告を行った場合、民事・刑事両方の責任が生じ得る。

- ・ **カリフォルニア消費者プライバシー法（California Consumer Privacy Act : CCPA）**

カリフォルニア州プライバシー権法（California Privacy Rights Act : CPRA）※CCPAの改正法

- ・ **自動車販売金融法（Automobile Sales Finance Act）**

- ・ **信用報告機関法（Consumer Credit Reporting Agencies Act）**

- ・ **債権回収法（Rosenthal Fair Debt Collection Practices Act）**

- ・ **自動更新法（Automatic Renewal Law）**

- ・ **AB5法（Assembly Bill 5）**

- ・ **プロポジション22（Proposition 22）**



②ハードロー（最新の動向）

国・連邦レベル

米国イノベーション・選択オンライン法案（American Innovation and Choice Online Act : AICOA）

- ・ 2021年6月に下院へ提出。
- ・ 巨大IT企業の自社サービス優遇を制限する内容。
- ・ 下院・上院司法委員会で可決されたが、その後進展なし。

オープンアプリ市場法案（Open App Markets Act）

- ・ 2021年8月に下院へ提出。
- ・ アップルやグーグルに第三者アプリストアの許可を義務付け。
- ・ 自社決済システムの強制使用を禁止。
- ・ 上院司法委員会で可決されたが、その後進展なし。

第119期連邦議会と新政権

- ・ 2025年1月3日に共和党優勢の議会が発足
- ・ 同年1月20日にトランプ新政権が誕生

今後注目される超党派法案（両法案とも超党派の支持があり、第119期議会での議論活発化が予想される。）

・ EWA消費者保護法案（Earned Wage Access Consumer Protection Act）

オンデマンドペイサービスに情報開示を義務付け

・ 21世紀に向けた金融イノベーション・テクノロジー法案

デジタル資産の基準策定や消費者保護を含む。



②ハードロー（執行状況）

国・連邦レベル

- ・FTCの法的措置の対象
 - －詐欺、なりすまし、虚偽広告、プライバシー侵害などの消費者保護関連法違反
 - －企業や個人に対して提訴などの法的手段を講じている。
- ・情報公開の方法
 - －提訴事案や罰金支払いなどの処分事案に関する告知内容を一般公開
- ・消費者保護関連の情報公開件数の推移（年々増加傾向）
2022年：60件、2023年：74件、2024年：93件

カリフォルニア州

- ・主要な法的手段
 - －民事：CLRAとUCLによる私的訴権と集団訴訟制度
 - －行政：OAG、CPPA、DFPIの三機関による監督・執行
 - －刑事：悪質ケースに限定した地方検事による訴追
- ・実効性を高める特徴
 - －複数法令の併用による多角的アプローチ
 - －公的執行と私的執行の補完関係



③ ソフトロー（当局が策定したソフトロー）

国・連邦レベル

- ・ **欺瞞に関する政策声明書**

連邦取引委員会（FTC）法で規定された「欺瞞（Deceptive）」の定義を明確にした。

- ・ **連邦取引委員会法（FTC）第5条とバイオメトリック情報の取扱いに関するFTCの政策声明書**

バイオメトリック情報の収集や使用は、連邦取引委員会（FTC）法第5条の適用対象となるという方針を示した。

カリフォルニア州

＜カリフォルニア州司法長官事務所（California Attorney General's Office：OAG）が策定したソフトロー＞

- ・ **カリフォルニア消費者プライバシー法（California Consumer Privacy Act：CCPA）執行事例集**

企業がCCPAに違反した具体的な事例と是正措置を示すことで、法律の解釈と執行の方向性を示す。

- ・ **カリフォルニア州消費者プライバシーに関するFAQ**

CCPAの解釈を明確にするために公開されており、法的拘束力はないが、企業がCCPA遵守の参考にする重要な指針。

- ・ **データセキュリティに関する推奨事項**

- ・ **OAGによる環境マーケティングに関するガイド**

- ・ **OAGによるプライバシー方針の作成に関するガイダンス**

＜その他の行政機関が策定したソフトロー＞

- ・ **アクセシビリティ・ウェブ基準**



③ ソフトロー（民間が策定したソフトロー）

国・連邦レベル

- ・ **全米消費者連盟（National Consumer League : NCL）** による独自の消費者保護施策や指針
- ・ 広告業界が設立した**非営利団体BBB National Programs**による自主規制、広告事業活動の監視と執行
 - － 自主規制団体：全米広告監視機構（NAD）による監視と評価、及び全米広告審議会（NARB）による企業（広告主）からの苦情申請対応と審査
 - － 直販自主規制委員会（DSSRC）によるオンライン販売を対象とする自主規制や取締り
 - － 直販協会（DSA）が規定した倫理規範

カリフォルニア州

- ・ BBB Business Partner Code of Conduct
- ・ カリフォルニア州新車ディーラー協会の経営ガイド
- ・ TrustArc CCPA Certification Program



③ ソフトローとハードローを組み合わせた仕組み

国・連邦レベル

連邦政府が法規制を執行する際、憲法上及び法規制上の制約や政治的影響を受ける場合もあることから、業界の自主規制がその補完的な役割を担う。

カリフォルニア州

- ・ プライバシー分野での二重構造
CCPA・CPRAというハードローを基盤としつつ、OAGによるガイダンス文書を提供
- ・ 認証プログラムによる市場インセンティブの創出
- ・ 自動車販売におけるハードローとソフトローの相互補完
- ・ OAGによるCCPA執行事例の公表
- ・ CPPAの公聴会とパブリックフォーラム、金融消費者保護協力体制



④ステークホルダー等との連携（ステークホルダーとの連携）

国・連邦レベル

- ・ NAD：規制当局（主にFTC）の協働による不公正広告取締り体制
- ・ DSSRC：他のNPO団体からの情報提供に基づく審査、他団体との連携による監視網の拡大、規制当局（FTC及びOAG）への照会体制

カリフォルニア州

- ・ OAGが、消費者団体や業界からの情報提供に基づいて調査を実施

④ステークホルダー等との連携（国・連邦及び地方公共団体間の当局同士の連携、関係省庁との連携）

- ・ 連邦通信委員会（FCC）プライバシーとデータ保護タスクフォースとCPPAとの連携（2024年10月了解覚書締結）
- ・ FTCとOAGとの協力体制（2022年のFrontier Communications社に対する訴訟の例）

①当局

国・連邦レベル

- ・ 連邦環境・自然保護・原子力安全・消費者保護省（Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz : BMUV）
- ・ 連邦司法庁（Bundesministerium der Justiz : BMJ）
- ・ 連邦ネットワーク庁（Bundesnetzagentur : BNetzA）
- ・ 連邦カルテル庁（Bundeskartellamt : BKartA）
- ・ 連邦データ保護機関（Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit : BfDI）
- ・ 連邦警察（Bundespolizei）
- ・ ドイツ税関（Zoll）
- ・ 連邦金融監督庁（Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht : BaFin）

②ハードロー（概要）



国内法（連邦法）、EU法の双方で消費者の権利保障枠組みを構築。

- ・ **民法（Bürgerliches Gesetzbuch : BGB）**

消費者取引を含む全ての民事契約関係を規定する。

- ・ **消費者権利保護法（Verbraucherrechtedurchsetzungsgesetz : VDuG）**

EUの消費者団体訴訟指令（Durchführungsverordnung (EU) 2020/1828）を国内法化した法令で、適格団体が損害賠償請求等の措置を求める訴訟手続を導入。

- ・ **不正競争防止法（Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb : UWG）**

不公正な商業行為から消費者や市場参加者を保護するための包括的な法。

- ・ **電力及びガス供給に関する法律（Gesetz über die Elektrizitäts- und Gasversorgung : EnWG）**

- ・ **EUデジタルサービス法パッケージ**

「デジタルサービス規則（Digital Services Act）」及び「デジタル市場規則（Digital Markets Act）」の国内適用。

- ・ **消費者保護協力規則施行法（Verbraucherschutzgesetz : EU-VSchDG）**

EUの「消費者保護法の施行に責任を負う各国当局間の協力に関する欧州議会及び理事会の規則（EU）2017/2394」を国内適用したもの。



②ハードロー（最新の動向）

- ・EUのデジタルコンテンツ指令（2019/770）の国内法化（民法改正）
- ・EUのデジタルサービス法パッケージの国内適用（ドイツ・デジタルサービス法（Digitale-Dienste-Gesetz）施行）
- ・EUの一般データ保護規則（GDPR）の適用に合わせ、個人データ保護規定の強化（連邦データ保護法（BDSG）他の改正）
- ・EUの代表訴訟指令を受け、消費者集団訴訟手続の導入（消費者権利保護法（VDuG）の施行）
- ・消費者契約撤回に関する規定改正（民法改正）
- ・EU第2次金融商品市場指令（MiFID II）により、金融商品における消費者リスクに関する規定の強化
- ・エネルギー契約に関する消費者保護の強化（電力及びガス供給に関する法律（EnWG））

②ハードロー（執行状況）

- ・消費者相談センターは年間約1,000件の訴訟手続に関与。
（うち50%以上は裁判外で解決、約20～25%のケースで法的措置。）
- ・ドイツ連邦消費者センター連盟（vzbv）では消費者法関連の判決概要をウェブサイトで公表（2024年は72件）。

③ソフトウェア（当局が策定したソフトウェア）



○主要なソフトウェア（法律の適用を簡素化することを目的とし、法的拘束力はないもの）

- ・ 欧州委員会告示-域内市場における不公正な企業対消費者の商慣行に関する欧州議会・理事会指令2005/29/ECの解釈・適用に関するガイドライン（官報EU C 526/01）
- ・ 消費者に提供される製品の価格表示における消費者保護に関する欧州議会・理事会指令98/6/EC第6a条の解釈・適用に関するガイドライン（官報EU C 526/02）

○その他のソフトウェア

- ・ 企業の社会的責任報告基準
連邦労働社会省（BMAS）が示すこの基準では、自社の製品やサービスと持続可能性との関係で、顧客への情報提供や消費者保護への取組についての報告も含まれるべきとする。
- ・ 環境ラベル「ブルーエンジェル」
- ・ 家電製品のエネルギー効率ラベル
- ・ 食品の原産地表示ラベル
- ・ 繊維製品のエコラベル「緑のボタン」



③ソフトロー（民間が策定したソフトロー）

- ・ 民間団体による自主的な品質認証制度
 - － RAL品質マーク
 - － Fairtrade認証
- ・ オンラインプラットフォームにおける評価システム
 - － Trusted Shops
 - － TÜV SÜD Zertifikat (S@fer Shopping)
 - － EHI 認定 Online-Shop
- ・ 事業者団体のガイドライン（国内各商工会議所）
- ・ 消費者団体の活動（連邦消費者センター連盟（vzbv）による製品安全性や透明性の向上等に関する提案）

③ソフトローとハードローを組み合わせた仕組み

- ・ 事業者による契約締結前の情報提供義務（民法＋認証ラベル、チェックリスト）
- ・ 消費者の契約撤回権（民法＋消費者センター・連邦司法省のガイドライン（契約撤回手続フォーマット提供等））
- ・ 不公正な営業行為・誤解を招く広告の規制（不正競争防止法＋業界団体の広告倫理規定）
- ・ オンライン取引（デジタルサービス法＋事業者団体ガイドライン）
- ・ データ保護（GDPR＋事業者団体ガイドライン）



④ステークホルダー等との連携（ステークホルダーとの連携）

- ・電子商取引分野における官民協力（デジタルサービス法＋業界団体の補足自主規制）
- ・データ保護分野における協働（法遵守支援のための中小事業者向けガイド等）

④ステークホルダー等との連携（国・連邦及び地方公共団体間の当局同士の連携、関係省庁との連携）

- ・アウトリーチ活動に関する省間連携（BMUV＋連邦住宅都市開発建築省（BMWSB）、経済的助成実施）
- ・消費者教育強化における連邦・州の連携（連邦・各州の消費者担当大臣会議における情報共有プラットフォームの構築）
- ・環境ラベル制度の運営における連邦省庁等の連携（BMUVや連邦環境庁等による環境ラベル「ブルーエンジェル」運営）

④ステークホルダー等との連携（ほかの国・地域・国際機関との連携）

EU規則やEU指令の国内法化により、国内法（連邦法）とEU法の双方で消費者の権利保障の枠組みを構築

①当局

- ・ 競争・市場庁（**Competition & Markets Authority : CMA**）
- ・ 上記の他、取引基準局、全国取引基準局等も消費者保護と関連あり

②ハードロー（概要）

- ・ **2008年不公正取引からの消費者保護規則（Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008）**
複数存在していた消費者関連法を統合し、イギリスにおける消費者法制度をEUの制度と調和させるため、EU指令「不公正取引方法指令（EU Unfair Commercial Practices Directive、UCPD）」を国内法化したもの。
- ・ **2015年消費者権利法（Consumer Rights Act 2015）**
それまでの消費者の権利を保護するための法律を統合し、消費者契約の統一基準を定めるもの。
- ・ **デジタル市場、競争及び消費者法（Digital Markets, Competition and Consumers Act : DMCCA）**
2024年5月成立、2024年9月施行。CMAに対し、SMS（strategic market status）事業者（実質的かつ確立された市場支配力及び戦略的な重要性を有する事業者）が、その地位を乱用して競争相手や消費者に不利益を与えることを防ぐための手段を与える。2025年4月6日に施行される改正法により、CMAは、深刻な法令違反については全世界での売上高の10%までの制裁金を事業者に対して直接課すことができるようになる。
- ・ **デジタル市場競争制度（digital markets competition regime）**



②ハードロー（最新の動向）

インターネットとテクノロジー技術の発展に対する消費者保護の最新の取組事例：

2024年4月、

- ・ **2022年製品安全及び通信インフラ法（Product Security and Telecommunications Infrastructure Act 2022：PSTI）**
- ・ **2023年製品安全及び電気通信インフラ（関連接続可能製品のセキュリティ要件）規則（Product Security and Telecommunications Infrastructure（Security Requirements for Relevant Connectable Products）Regulations 2023）**

が発行

②ハードロー（執行状況）

○CMAの担当官からは、執行状況について、次のとおり説明があった。

- ・ 執行手続に関しては、CMA58（Consumer protection enforcement guidance: CMA58）が参考になる（ただし、同文書は改正中）。
- ・ CMAの執行状況は2016年までしかウェブページに掲載されていない。（消費者被害に関する事件があまり裁判に持ち込まれていないため。）

○そのほかに、英国広告基準局（Advertising Standards Authority：ASA）は、広告の違反状況を公開しており、過去3年の傾向として、違反と判断された割合は増加の傾向、違反なしと判断された割合は減少の傾向。



③ソフトロー（当局が策定したソフトロー）

CMAとその前身である公正取引庁（Office of Fair Trading：OFT）が作成したガイドラインは多くあるが、手続きに関するガイダンスとして、**消費者保護の執行に関するガイダンス（Consumer protection enforcement guidance: CMA58 - GOV.UK）**がある（改正中）。

このほかのガイダンス等として、次のものがある。

- ・ **デジタル市場競争制度ガイダンス（Digital markets competition regime guidance）**
- ・ **2008年不公正取引方法からの消費者保護規則ガイダンス（Guidance on the Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008）**
- ・ **年次計画2024～2025年版（Annual Plan 2024-2025）**

③ソフトロー（民間が策定したソフトロー）

- ・ **BS ISO 22458：英国規格協会（British Standards Institute：BSI）が発行している英国規格（British Standards：BS）のうち、脆弱な立場にある消費者を保護するために2022年に策定されたもの。**
- ・ **英国広告基準局（Advertising Standards Authority：ASA）の広告基準：事業者に対し、重要な情報の省略や、不明瞭若しくは誤解を招くような方法で提示しないよう規定。**

③ソフトローとハードローを組み合わせた仕組み

- ・ **2008年不公正取引方法からの消費者保護規則と2008年不公正取引方法からの消費者保護規則ガイダンス**
同ガイダンスが、ハードローである2008年不公正取引方法からの消費者保護規則を補完する役割を担う。
- ・ **DMCCAとDMCCAにおける不公正取引の規定に関するガイダンス（2025年2月時点で未発行）**
同ガイダンスにより、DMCCAの不公正取引の規定が実際にどのように適用されるかを示し、事業者がそれらを遵守するための支援を目的としている。



④ステークホルダー等との連携（ステークホルダーとの連携）

CMA内では、新しく結成された戦略チームやコミュニケーションチームが、様々なステークホルダーと連携している。新しいステークホルダー戦略では、約50の企業、利害関係者、消費者団体、事業者団体との連携に焦点を当てている。このほかに、次のような取組がある。

- ・ステークホルダーからの法規制に関する意見公募
- ・消費者保護パートナーシップ（CPP）：CMA、ASA等の14の組織により構成。
- ・OfcomとASA等の覚書
- ・消費者保護問題に関するCMAとASAの覚書

④ステークホルダー等との連携（国・連邦及び地方公共団体間の当局同士の連携、関係省庁との連携）

消費者保護パートナーシップ（CPP）

④ステークホルダー等との連携（ほかの国・地域・国際機関との連携）

- ・消費者保護パートナーシップ（CPP）
- ・EU離脱に伴うEU法との関係



①当局

国・連邦レベル

- ・ 豪州競争・消費者委員会（Australian Competition and Consumer Commission : ACCC）
- ・ 豪州エネルギー規制局（Australian Energy Regulator : AER）
- ・ 豪州証券投資委員会（Australian Securities and Investments Commission : ASIC）



②ハードロー（概要）

- **豪州消費者法（Australian Consumer Law：ACL）**
豪州の全州・準州と豪州の全事業者に適用される、統一的な消費者法。
- **2001年豪州証券取引委員会法（Australian Securities and Investments Commission：ASIC法）**
金融商品とサービス市場に関する消費者保護を実施する、金融版ACL。
- 業界行動規範
 - － 規定された義務的規範（Prescribed mandatory codes）
 - － 規定された自発的規範（Prescribed voluntary codes）
- ACL、ASIC法以外にも、1996年空港法、1989年郵便事業法、1992年無線通信法、1997年電気通信法、2007年水道法等の消費者関連法あり

②ハードロー（最新の動向）

- 2023年11月にACL及びASIC法の改正が行われ、不公正な契約条項が違法とされた。
- ACLの最高の制裁金が増額されるなど規制強化の傾向にある。

②ハードロー（執行状況）

ACCCの年間報告書での消費者保護及び公正取引に関するデータを見ると、過去3年間に於いて、訴訟件数は減少しているものの制裁金は増加傾向にある。

③ ソフトロー（当局が策定したソフトロー）

ACCCがACLに関して発行する各種ガイドライン

- ・ 不公正な取引条項：事業者及び法律家向けガイドライン
(Unfair contract terms - A GUIDE FOR BUSINESSES AND LEGAL PRACTITIONERS)
- ・ 消費者保証：事業者及び法律家向けガイドライン
(Consumer guarantees - A GUIDE FOR BUSINESSES AND LEGAL PRACTITIONERS)
- ・ 不公正商取引の回避：事業者及び法律家向けガイドライン
(Avoiding unfair business practices - A GUIDE FOR BUSINESSES AND LEGAL PRACTITIONERS)
- ・ 営業行為：事業者及び法律家向けガイドライン
(Sales practices - A GUIDE FOR BUSINESSES AND LEGAL PRACTITIONERS)
- ・ コンプライアンス及び執行：規制当局はどのように豪州消費者法を執行するか
(Compliance and enforcement - HOW REGULATORS ENFORCE THE AUSTRALIAN CONSUMER LAW)
- ・ 違反通知：ACCCによる違反通知の使用に関する指針
(Infringement notices - Guidelines on the use of infringement notices by the Australian Competition and Consumer Commission)
- ・ 競争・消費者法に関する違反に対するACCCの制裁措置の方針に関する指針
(Guidelines on ACCC approach to penalties in competition and consumer law matters)
- ・ 法的に執行可能な誓約書に関するACCCのアプローチに関するガイドライン
(Guidelines on ACCC approach to court enforceable undertakings)



③ ソフトロー（民間が策定したソフトロー）

- ・ 業界行動規範（規定されていない自発的行動規範（Non-prescribed voluntary codes））
- ・ 豪州食品及び食料品委員会（業界団体）によるウェブサイト上での関連情報の提供やトレーニングの実施

③ ソフトローとハードローを組み合わせた仕組み

- ・ ACLとACCCガイドライン
- ・ ASIC法とASICガイドライン

④ ステークホルダー等との連携（ステークホルダーとの連携）

オンブズマン制度

ACLが消費者に保証する権利をもとに、民間の仲介業者が消費者の苦情を解決する支援を行う。
オンブズマンを監督する業界が資金提供を行う。



④ステークホルダー等との連携（国・連邦及び地方公共団体間の当局同士の連携、関係省庁との連携）

- ・豪州消費者法に関する覚書（**Australian Consumer Law - Memorandum of Understanding**）

締結機関：ACCC、ASIC、豪州の州・準州の規制機関、ニュージーランド政府機関で協力して、消費者法の遵守状況のモニタリング、執行等を行う。

- ・消費者上級責任者ネットワーク（Consumer Senior Officials Network：CSON）
- ・デジタルプラットフォーム規制フォーラム（Digital Platform Regulators Forum：DP-REG）
- ・「No Wrong Door」アプローチでの連携

④ステークホルダー等との連携（他の国・地域・国際機関との連携）

ニュージーランドや諸外国の規制当局との協力体制あり

①当局

国・連邦レベル

貿易産業省（Department of Trade and Industry : DTI）

貿易産業省（DTI）のうち公正取引グループ（Fair Trade Group : FTG）が消費者を保護する法律の施行等を担当し、FTGのうち消費者保護・擁護局（Consumer Protection and Advocacy Bureau : CPAB）が政策決定機関として機能し、貿易及び消費者保護法の推進と啓発を担当

②ハードロー（概要）

・フィリピン消費者法（The Consumer Act of the Philippines）

詐欺的、不当、不当な販売、慣行、方法から消費者を保護し、一般的な福祉を促進することを目的とし、消費者の権利や事業者の遵守事項を規定する主要な法律。

・金融商品・サービス消費者保護法（Financial Products and Services Consumer Protection Act）

金融商品・サービスの消費者の権利を保護するための包括的措置を定める。

・インターネット取引法（Internet Transactions Act）

電子商取引における消費者と事業者の保護を目的とし、特にデジタルプラットフォームを含む事業者に対し、規制や救済措置等を定める。

・上記の他、フィリピンレモン法、短絡的変更禁止法、ギフト・チェック法、電子商取引法等の消費者関連法あり。



②ハードロー（最新の動向）

- ・過去5年以内に制定された消費者に関連する法律として、インターネット取引法、金融商品・サービス消費者保護法がある
- ・2025年2月5日、デジタル時代に即した消費者保護のため、消費者法の修正案「フィリピン消費者法強化案」（Enhanced Consumer Act Of The Philippines）が上院議会に提出された（同年3月5日時点で審理中）
- ・2022年4月にはフィリピン消費者法第3編第2章が改正され、ティンバンガン・ング・バヤン・センター（タガログ語。Timbangan ng Bayan Centerは公共の計測所、公共のはかり場を指す）の設置等義務付け

②ハードロー（執行状況）

- ・消費者からの苦情の受理数、処理数（調停を通じて処理された数）、解決率を公開
- ・過去3年間（2021-2023年）の傾向として、2023年は増加傾向あり

③ ソフトロー（当局が策定したソフトロー）

- 行政命令
 - － 消費者向け製品及びサービス購入に関する支払いオプションのガイドライン
(Guidelines for Payments Options on the Purchase of Consumer Products and Services)
 - － 消費者団体の認定に関する改訂ガイドライン
(Revised Guidelines on the Recognition of Consumer Organizations)
 - － オンライン販売業者・消費者に適用される法律・規制の再確認するオンライン販売業者向けガイドライン
(Guidelines for Online Businesses Reiterating the Laws and Regulations Applicable to Online Businesses and Consumers)
 - － フィリピンオンライン紛争解決システムの開発
(Development of a Philippine Online Dispute Resolution System : PODRS)
- DTI-Bagwis Program
消費者の権利を守りながら、責任あるビジネスを実践する小売店を評価し、金、銀、銅の賞を与える制度
- Consumer Complaints Assistance and Resolution System : CAReシステム
消費者がオンラインで苦情を申し立てるためのシステム)
- 電子報告システム（eReportシステム）
フィリピン政府公式アプリ内の苦情を提出できる機能 等

③ ソフトローとハードローを組み合わせた仕組み

○ フィリピンのハードローとフィリピンのソフトローの組み合わせ

- ・ 消費者法と行政命令（ガイドライン）

ハードローである消費者法に基づき、ハードローの実施促進に関連するガイドラインを策定。

- ・ 消費者関連法と施行規則

立法機関により法律（ハードロー）が制定され、各法律に対応する施行規則が執行を担当する指定機関によって発行される。

- ・ 金融商品・サービス消費者保護法とフィリピン開発計画（Philippines Development Plan）2023-2028
- ・ 金融商品・サービス消費者保護法とフィリピン中央銀行による規則
- ・ 訴訟と苦情申立
- ・ 消費者保護関連法と自主規制

○ ASEANのソフトローとフィリピンのハードロー／ソフトローの組み合わせ

- ・ ASEANオンラインビジネス行動規範（ASEAN Online Business Code of Conduct）とオンライン販売業者・消費者に適用される法律・規制の再確認するオンライン販売業者向けガイドライン（Guidelines for Online Businesses Reiterating the Laws and Regulations Applicable to Online Businesses and Consumers）

- ・ ASEAN戦略行動計画2025（ASEAN Strategic Action Plan on Consumer Protection 2025）とフィリピンオンライン紛争解決システム（PODRS）

- ・ ASEANオンライン紛争解決ガイドライン（ASEAN Guidelines on Online Dispute Resolution）とDTI拡張紛争解決システム（Expanded Dispute Resolution System of the Department of Trade and Industry）



④ステークホルダー等との連携（ステークホルダーとの連携）

○国内におけるステークホルダーとの連携

- ・民間団体が協働の仕組みの担い手として関与するためにDTIが行なっている工夫として、DTI-Bagwis ProgramやSeal of Legitimacyのように、消費者保護のために優れたビジネスを実践する民間企業を認定する仕組みがある。
- ・生活必需品・主要商品の製造・小売業者の非公式対話
- ・デジタル商取引協会との覚書
- ・電子商取引推進評議会の設立
- ・リサール商業銀行との覚書（地域：ルソン島）
- ・リサール商業銀行等との覚書（地域：全国）
- ・非政府組織Laban Konsumerによる政府・政策への提言、消費者への情報提供、政策・新法・既存の消費者法改正の策定への参加

○国際的なステークホルダーとの連携

DTIは、Consumers Internationalに会員として登録している。

④ステークホルダー等との連携（国・連邦及び地方公共団体間の当局同士との連携、関係省庁との連携）

DTIは、消費者保護を実行する役割を担う政府機関のネットワーク「ConsumerNet」の再活性化に向けた取組を行っている。



④ステークホルダー等との連携（他の国・地域・国際機関との連携）

- ・世界貿易機関（WTO）、アジア太平洋経済協力（APEC）、インド太平洋経済枠組み（IPEF）などの多国間、地域、二国間レベルでの貿易政策の策定、貿易擁護、貿易交渉等への参加
- ・国連等との共催による持続可能な消費に関するフォーラムの開催



①当局

欧州委員会司法・消費者総局（Directorate-General for Justice and Consumers : DG JUST）

②ハードロー（概要）

- ・消費者保護法の施行の改善及びその現代化に関する欧州指令（現代化指令、Directive (EU) 2019/2161）
- ・物品販売指令（Directive (EU) 2019/771）
- ・パッケージ旅行とタイムシェア契約に関する欧州指令（Directive (EU) 2015/2302、Directive 2008/122/EC）
- ・代表訴訟指令（Directive (EU) 2020/1828）
- ・消費者保護のための協力に関する規則（Regulation (EU) 2017/2394）
- ・欧州議会及び欧州理事会指令（EU）2024/825号（Directive (EU) 2024/825）（関連する「グリーンクレーム指令（環境クレーム指令）」も審議中）

※これらのベースとなる消費者政策の包括的な方針：

新しい消費者アジェンダ（New Consumer Agenda）策定（2020年）及びデジタル分野の適合性チェック（Digital Fairness Fitness Check）が実施（2022年）されている。

②ハードロー（最新の動向）

- ・新しい消費者アジェンダ（New Consumer Agenda）の策定（2020年）及びデジタル分野の適合性チェック（Digital Fairness Fitness Check）の実施（2022年）
- ・欧州議会及び欧州理事会指令（Directive (EU) 2024/825）（関連する「グリーンクレーム指令（環境クレーム指令）」も審議中）



②ハードロー（執行状況）

EU消費者法の執行については各加盟国の消費者当局が担うが、消費者保護協力（Consumer Protection Cooperation：CPC）の規則に基づく措置、インターネット上の消費者法コンプライアンスチェックを実施し結果を報告書等で公開

③ソフトロー（当局が策定したソフトロー）

- ・消費者保護協力（CPC）ネットワーク報告書（消費者の利益に影響を与える可能性のある市場動向に関する報告書、2年ごとに発表）
- ・欧州委員会による消費者法コンプライアンスチェック「スウィープ」
- ・行政が関与する各種認証制度（EUエコラベル、有機認証等）

③ソフトロー（民間が策定したソフトロー）

民間事業者の自主規制、民間が関与する認証制度等（ファッション、天然水産物等の認証制度、業界団体によるターゲティング広告透明性ガイドライン）

③ハードローとソフトローを組み合わせた仕組み

欧州議会報告書ではハードロー・ソフトローを組み合わせた共同規制（Co-regulation）について「立法者が定義した目的を、認知された事業者が実施することで達成すること」とし、これが機能する条件として、提案が立法者に委ねられること、達成目的は立法者が定めること、事業者に委任する措置実施等の程度は事業者の業績に基づき立法者が決定すること等が挙げられている。



④ステークホルダー等との連携（ステークホルダーとの連携）

消費者保護協力（CPC）当局と消費者団体の連携（共同ワークショップ開催、各種情報提供サイトの運営）

④ステークホルダー等との連携（国・連邦及び地方公共団体間の当局同士の連携、関係省庁との連携）

- ・ 欧州消費者センターネットワークの活動（欧州委員会が加盟各国に欧州消費者センターネットワークを設立し、情報提供、越境消費者紛争対応等）
- ・ **CPC**ネットワークの活動（欧州委員会や**EU**各加盟国の規制当局に加え、行政機関、消費者団体による違法行為への注意喚起等）



①当局

ASEAN消費者保護委員会（ASEAN Committee on Consumer Protection : ACCP）

②ハードロー

（ASEANにはハードローに該当する、加盟国への法的拘束力を持つ法制度は存在しないため）該当なし

②ハードロー（執行状況）

ASEANには加盟国への法的拘束力を持つ法制度はなく、各加盟国が独自に法制度を運用する。



③ソフトロー（当局が策定したソフトロー）

・ASEAN消費者保護に関するハイレベル原則（ASEAN High-Level Principles on Consumer Protection : AHLPCP）

消費者保護を強化する取組を支援することを目的とし、ASEAN加盟国に対し、消費者保護法の執行、消費者が権利行使のために備える知識やスキル、消費者の保護、裁判外紛争解決を含む救済手段のアクセス、ステークホルダーとの協力関係の構築等、消費者保護のための広範な枠組みの方向性を示している。

・消費者関連のASEANガイドライン

電子商取引における消費者保護の基本原則と一般的なリスク、プラットフォーム規制、民間セクターとの共同規制や消費者教育、様々なステークホルダーや分野での調整、国際協力等について記載。

- －ASEAN電子商取引消費者保護ガイドライン（ASEAN Guidelines on Consumer Protection in E-Commerce）
- －ASEAN消費者インパクトアセスメントガイドライン（ASEAN Guidelines on Consumer Impact Assessment）
- －ASEAN消費者団体ガイドライン（ASEAN Guidelines on Consumer Associations）
- －ASEANオンライン紛争解決ガイドライン（ASEAN Guidelines on Online Dispute Resolution (ODR)）
- －ASEAN不公正な契約条件に関するガイドライン（ASEAN Guidelines on Unfair Contract Terms (UCT)）
- －ASEAN消費者保護のための裁判外紛争解決（ADR）ガイドライン

- ・ASEAN消費者保護法及び規制に関するハンドブック
- ・持続可能な消費に関するツールキット
- ・ASEANにおける消費者紛争解決のニーズとギャップに関する地域報告書
- ・消費者保護に関するASEANピアレビュー



④ステークホルダー等との連携（国・連邦及び地方公共団体間の当局同士の連携、関係省庁との連携）

ACCP：

- ・ASEAN加盟国の代表によって構成され、各加盟国及び域内での消費者保護強化に向けた取組を展開
- ・加盟国に向けたガイドライン等の策定
- ・ASEAN消費者保護会議（ASEAN Consumer Protection Conference：ACPC）の開催
- ・今後の目標として、ASEAN全域にわたるODRネットワークの設立

④ステークホルダー等との連携（他の国・地域・国際機関との連携）

- ・ドイツ政府やオーストラリア政府の支援のもと策定された消費者保護に関するASEANガイドライン、ハンドブック、ツールキット、報告書等
- ・ドイツ連邦経済協力開発省支援による「ASEAN消費者保護プロジェクト」（PROTECT）