

消費者の脆弱性を基礎とする

弁護士

二之宮 義人

(にのみや・よしと)さん
取材日：2025年10月24日

——報告書(※)では「消費者の脆弱性」が頻繁に出てきます。まず、その点から伺います。

報告書の前文にこう書かれています。「略」今後は、この格差は正に加え、消費者ならば誰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、消費者が安心して安全に取引に関わることができる環境を整備するべきである」——文中の格差は正とは、消費者契約法(以下、消契法)における消費者と事業者との間の情報力・交渉力の格差を指します。消契法が制定された2000年当時、格差を是正すれば消費者は自由で合理的判断に基づき事業者と取引ができるだろうと考えていました。しかし、四半世紀を経ても消費者トラブルは一向に減りません。この間、超高齢化やデジタル化など、消費者を取り巻く急速な環境変化のなかで、浮き彫りになってきたのが消費者の脆弱性です。

——脆弱性によるトラブルは高齢者に多く見られますね。

高齢者だけでなく若者にも見られます。ネット通販でのダークパターンなどはその典型です。その観点から報告書では「類型的・属性的脆弱性」「限定合理性による脆弱性」「状況的脆弱性」という類型をあげていますが、消費者の脆弱性とは

はこれに限られるものではありません。

これまで消契法の改正時に「壁」になってきたのが「つけ込み型」の取消権です。たとえば、高齢者は日によって気分が優れなかったり、記憶が散漫になったりすることがあります。そのような状態を利用され、訪問販売業者から言葉巧みにものを売りつけられる、これがつけ込み型で、消費者の状況と事業者の意図が組み合わさっています。つけ込み型のトラブルは実際に多いわけで、取消権の条文化が必要と訴えてきましたが、改正には至りませんでした。

問題は格差だけなのか、ということを考える必要があったのです。人にはそれぞれ脆弱性があり、それが消費者トラブルの起因になっているのだから、それを正面から捉えなければ抜本的な解決にはつながらない、その考え方が報告書の土台になっています。

現在の消契法には不当勧誘(誤認・困惑)の取消権と不当条項による無効しなく、救済の対象と手段が限られています。そのため、すべての消費者契約において脆弱性を据えたうえで被害救済の対象と手段を広げる必要があります。

——今後、どのように消費者法制度が整備されると思われますか？

どんな法制度になるのかはこれからの話です

が、まず消契法をすべての消費者取引の全過程を横断的に規律するようにしたうえで、特定商取引法や景品表示法などの特別法があつて、きめ細かなルールづくりになっていくと思います。また、悪質商法だけを念頭に置いた制度づくりではないので、健全な市場形成、公正な取引ルールを整備していくことになるでしょう。ですから、ハードローからソフトローまで幅広くグラデーションを設けていくことになります。ハードローの下で事業者が消費者団体と一緒に行動指針やガイドラインを作成することも、今後さらに増えていくのではないのでしょうか。

報告書には事業者の努力義務規定や配慮責任規定について書かれています。努力や配慮には直接的な法律効果がないから意味がない、という見方もありますが、努力や配慮をいかに具体的なルールや規約に落とし込んでいけるか、その出発点となります。消費者の脆弱性に対し「あなたの会社はどんな努力をしましたか?」「どんな配慮をしましたか?」「ぜひぜひトラブルが減っていないじゃないですか?」——こういう第三者のチェックが効くような制度にまで発展することも考えられますし、そこに適格消費者団体が介入してもいいかもしれません。他方、詐欺まがいの悪質業者などは一発でアウトにする。そこはハードローの出番です。

(聞き手・原田修身)

※ https://www.cao.go.jp/consumer/iinkaikouhyou/2025/doc/202507_para_houkoku1.pdf