

## 消費者問題

### 1現状と問題点

近時は、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が生じ、その環境への対応が求められている。このような中、内閣府は、消費者法制度に関する専門調査委員会を設置し、2025（令和7）年7月、「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」を公表し、「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の希薄化、飛躍的な技術革新が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。さらに、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。現代は、このように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社会である。」とし、今後については、「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。これは、強い個人をモデルとし、強い個人が他者からの干渉を受けることなく、自由に意思決定をして行動していくことで、幸福な社会状態になるという近代法的な考え方からの根本的な転換である。このような根本的な考え方の転換を基軸として、既存の枠組みに捉われず、抜本的かつ網羅的に消費者法制度のパラダイムシフトを進める必要がある。」として、消費者の脆弱性への対策を基軸とし、生活者としての消費者に関わる取引を幅広く規律する消費者法制度の「パラダイムシフト」の必要性を指摘している。この動向は注視していく必要がある。

### 2金融庁による顧客本位の業務運営に関する原則の公表

金融庁は、2017（平成29）年3月30日、金融事業者に対して、顧客本位の業務運営に関する原則を公表し（2024（令和6）年9月26日改訂）、その中で、「顧客の最善の利益の追求」として、「金融事業者は、高度の専門性と職業倫理を保持し、顧客に対して誠実・公正に業務を行い、顧客の最善の利益を図るべきである。金融事業者は、こうした業務運営が企業文化として定着するよう努めるべきである」としている。そして、現在、多くの金融事業者が同原則を業務方針として打ち出している。「貯蓄から投資へ」ということがいわれる中で、今後、顧客本位原則の概念は、消費者問題を考えるにあたり、より重要な法理になっていくものと考えられる。

### 3SNSからLINEグループに誘導する投資詐欺

SNSからLINEグループに誘導する投資詐欺の被害が社会問題化している。SNSに流れてきた広告に興味を持ち、接触すると、LINEグループに誘われて、投資の先生などから指示されるという形で「投資」を行うものが多数である。実在する有名人が登場すると称するものもあるが、詐称しているだけであり、実在する人物が当該商法に関与しているわけではない。振込先口座は個人、法人の双方があるが、コロコロと変えさせるのが通例である。

また、この問題をより深刻にしているのが、（非弁）提携業者がLINEなどで相談に乗ると称して着手金の支払いをせかす、独自の調査ルートがある、多くの実績があるなどと言い募り、弁護士に会うこともなく委任契約の締結を迫るといった2次被害を生じさせていることである。この種の被害の被害回復は、時機を失すれば取り返しがつかないことが往々にしてあるので、この種被害は絶対に会ってはならない。

同事案は、違法行為の実行者の特定が困難であることから、打つ手が極めて限られていて、それを適切・迅速に行うことが肝要である。被害防止に向けた取り組みとともに、違法行為者の特定を可能にする各種手段の確立へ向けた取り組みも急務である。

### 4その他悪徳商法問題への取り組み

商品先物取引、マルチ（まがい）商法、キャッチセールス、アポイントメントセールス、ネガティブオプション、靈感商法等詐術的・脅迫的言辞を駆使した販売方法による消費者被害は、欺瞞的な勧誘方法も利用され、一部はむしろ増加傾向にある。

商品先物取引については、2020（令和2）年7月27日に東京商品取引所に上場していた貴金属、ゴム及び農産物の先物・オプションを大阪取引所へ移管するとともに、日本証券クリアリング機

構と日本商品清算機構を統合され、総合取引所が始動した。また、2015（平成27）年6月1日の省令改正により実質的に不招請勧誘の禁止が解禁され被害が再び発生する懸念が生じている。これについて2013（平成25）年10月28日付けで、東弁会長による反対と不招請勧誘の禁止範囲を市場デリバティブにまで及ぼすべきであるとの声明を発しているところであり、不招請勧誘禁止が消費者被害防止に寄与するとの認識を広めていくべきである。

また、2021（令和3）年4月1日に施行された割賦販売改正法では、新しい技術に対応し、利用者が安全・安心に多様な決済手段を利用できる環境を整備するために、クレジットカード番号等の適切管理の義務主体の拡充等が行われることとなった。さらに、2021（令和3）年6月1日に施行された預託法改正法では、販売預託を原則として禁止し、例外的に、内閣総理大臣（消費者庁）の厳格な確認を受けた場合に限り勧誘等及び契約の締結等が可能という形になり、確認を受けないで締結した契約（売買契約及び預託等取引契約）は無効とされ、

これらは消費者の脆弱性につけ込む悪質商法に対する抜本的な対策強化、新たな日常における社会経済情勢等の変化への対応し、消費者被害の防止・取引の公正を図ること目的としている。仮想通貨をはじめとした多様な決済手段が現れており、消費者被害にこれら新たな決済手段が関係している例も多くみられる。このような決済に関する法規制についても、適切な規制により消費者保護を推進すべき必要性が出てきていることにも留意すべきである。

## 5旧統一教会問題

いわゆる靈感等を用いた告知等による勧誘に対する取消権を規定する現行の消費者契約法については、靈感商法等による消費者被害の実態を踏まえつつ、その要件の緩和を検討すべきであるとともに、その行使期間の延長を検討すべきである。寄附の要求等に関する規制については、正体隠しの伝道等の本人の自由な意思決定の前提を奪うような活動手法やマインドコントロール下にあつて合理的な判断ができない状況で行われることも念頭に、一般的な禁止規範を規定すべきであり、意思表示の取消し・無効、寄附の無効等を法制化が求められる。

そのような中、2022年（令和4年）12月10日、旧統一教会の被害者救済法案が成立し、2023年（令和5年）10月13日には、文部科学省が宗教法人法に基づき旧統一教会の解散命令請求を申し立てられ、2025年（令和7年）3月25日、東京地方裁判所は、旧統一教会が「法令に違反して、著しく公共の福祉を害すると明らかに認められる行為をした」（宗教法人法第81条第1項第1号）と認め、旧統一教会に対して宗教法人法に基づく解散を命じる決定をした。今後もその動向を見守っていく必要がある。

## 6デジタルプラットフォーム（DPF）利用をめぐるトラブルについて

デジタルプラットフォーム（DPF）は、情報通信技術やデータを活用し、利用者間に「場」を提供するサービスの総称である。この「場」では、異なる複数の利用者層が存在する多面市場を形成し、直接・間接ネットワーク効果が働くことになる。メタ社等のSNS事業者やAmazon、Google等の広告サイトなどがその典型とされる。

近年、デジタル技術を用いた取引が利用者の市場アクセスを飛躍的に向上させ、なかでもDPFは重要な役割を担っている。一方で、DPFを巡っては、取引の透明性や公正性などについての懸念点も多く見られる。そのような中で、2020年（令和2年）5月27日、デジタルプラットフォーム提供者が透明性及び公正性の向上のための取組を自主的かつ積極的に行うことを基本とし、国の関与や規制は必要最小限のものとすることを規定した、特定デジタルプラットフォーム透明性化法が成立した（2021年（令和）3年2月1日施行）。

同法は、特に取引の透明性・公正性を高める必要性の高い事業者を「特定デジタルプラットフォーム提供者」として指定して規律の対象とし、①提供条件等の情報の開示及び②自主的な手続・体制の整備を行い、③実施した措置や事業の概要について、毎年度、自己評価を付した報告書を提出することなどを定めている。

デジタルプラットフォーム（DPF）の議論は、上述したパラダイムシフトと連動するものでもあり、まだまだ取り組むべき課題も多く、今後の動向を注視する必要がある。

以上