

消費者契約法アップデート

多様な脆弱性・サブスク・解約料の新潮流 —— 令和8年9月10日「中間取りまとめ」を読む

消費者庁「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」中間取りまとめ
配慮規定（プリンシプル）の新設／契約からの解放手段／継続的契約の解約ルール／「解約料」の説明責任
【令和8年9月16日 パブリックコメント開始（10月31日締切）】

弁護士法人三宅法律事務所

弁護士 渡邊 雅之

TEL 03-5288-1021 / m-watanabe@miyake.gr.jp

資料URL（消費者庁ウェブサイト）

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/meeting_materials/review_meeting_006/assets/consumer_system_cms205_260910_01.pdf

「あとから救済」だけでなく、「はじめから壊れにくい取引」を求める方向へ。

① 消費者像の転換

平均的・合理的な「強い消費者」だけを前提にしない。誰でも状況次第で脆弱になる。

② 契約の全過程へ

締結時だけでなく、継続・更新・変更・解約・死亡時まで規律の視線が及ぶ。

③ 説明と設計の時代

解約料・自動更新・約款変更は、条項の文言だけでなく説明と導線が問われる。

法の重心の移動

従来 不当勧誘の取消し（法4条）・不当条項の無効（法8条～10条）

これから 取引環境の設計・離脱導線・説明責任＋従来の民事ルール

本日の一番の持ち帰り 中間取りまとめは、まだ法案ではない。しかし「解約導線の点検」「約款変更の通知設計」「解約料の説明」は、条文を待たずに今日から着手でき、かつ現行法の努力義務（法3条1項2号・4号、9条2項）とも整合する。先に整えた企業ほど、条文化後の対応コストが小さい。

中間取りまとめの5つの柱に沿って、実務インパクトの順に解説します。

01

消費者像の転換と配慮規定

多様な脆弱性／配慮規定（プリンシプル）の二層構造／指針・官民協議会／アテンション・エコノミー

02

契約からの解放手段

従来の取消権では拾えない場面／解除権の3要件案が2要素へ絞られた経緯／既存の業法・実務との重複整理

03

契約は「締結後」が勝負になる

サブスク／解約妨害の禁止／合理的な離脱方法／諸外国の動向／自動更新・約款変更の通知／消費者死亡時

04

「解約料」は金額より説明が先に来る

法9条1項1号の3つの詰まり／A案・B案・折衷案／説明責任の強化／自主規制の位置付け

05

企業法務としての実装

横断的事項／読み筋と未解決論点／2件のパブリックコメントへの意見提出／規律の強度別チェックリスト／90日アクションプラン

ここに至る経緯　——　4年にわたる検討の積み上げ

Background

令和4年改正の附帯決議が出発点。単発の思い付きではなく、3つの前段階の検討を踏まえている。

令和4年	消費者契約法改正（令和4年法律第59号）／衆参両院の附帯決議が「抜本的かつ網羅的なルール設定」の検討を要求
令和5年7月	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6年12月	「解約料の実態に関する研究会」議論の整理（座長：丸山絵美子教授）
令和7年3月18日	第5期消費者基本計画 閣議決定　——　消費者政策のパラダイムシフトを明示
令和7年7月	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（座長：沖野眞己教授）
令和7年11月～	本検討会（座長：山本隆司教授）　検討会9回＋ワーキンググループ8回　→　令和8年5月「論点整理」
令和8年9月10日	中間取りまとめ 公表（本日の解説対象）／同日、デジタル取引・特定商取引法等検討会の中間取りまとめも公表
令和8年9月16日	両中間取りまとめについて同時にパブリックコメント開始　——　いずれも令和8年10月31日まで

※ 公表からわずか6日で、2件のパブリックコメントが同時に開始された。意見はいずれも法制的な検討の参考とされる。消費者契約法と特定商取引法の両面から規律が入る局面にある。

なぜ今、抜本見直しなのか

Why Now

現代の消費者トラブルは、「情報不足」だけでは説明できない。

超高齢化

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により、判断力の低下や孤立が周囲からも気付かれにくい。

デジタル化

画面設計、広告最適化、クリック誘導、サブスクの常態化。消費者が単独で取引に関わる機会が増えている。

複雑多様化・個別化

消費社会の複雑多様化・取引の個別化により、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。

消費者契約法が対応すべき視座

情報・交渉力の格差の是正

+

多様な脆弱性への対応

+

関係主体の共創協働

= 健全な市場の
再設計

制定当時（平成12年）、消費者契約法は民法（明治29年法律第89号）の特則として、詐欺・強迫よりも広く取消しを認める民事ルールとして設計された。その後、平成18年改正で差止請求制度、平成28年・30年・令和4年改正で取消権と無効類型の追加、事業者の努力義務規定の拡充と、紛争解決から予防・行為規範へと役割を広げてきた。今回はその延長線上の、最も大きな一歩である。

5つの柱で、消費者契約法の役割を広げる。規律の「強度」が柱ごとに異なる点を読みどころ。

1	多様な脆弱性への対応	配慮規定（プリンシプル）の新設、行政による指針の策定、官民協議会の組織	配慮・努力
2	深刻な結果からの解放	不当勧誘の有無によらない解除権の検討。深刻な結果＋事業者の認識を要件に	民事効果
3	契約の各過程の規律	解約妨害の禁止（差止対象）、離脱方法、自動更新、約款変更の個別通知、死亡時対応	禁止・義務・努力
4	「解約料」の仕組み	法9条1項1号の見直しは今回見送り。まずは事業者の説明責任を強化する	説明責任
5	横断的事項	目的規定の見直し（脆弱性・共創協働の明記）。「消費者」の定義規定は変更しない	法目的
規律の強度は3層 ―― ①義務（約款変更時の個別通知） ②禁止＋差止（解約妨害） ③努力義務・配慮（その他の大半）			

01

Part 1

消費者像の転換と配慮規定

「弱い人を例外的に保護する」のではなく、「誰もが状況次第で判断を損なう」という前提から制度を組み直す。

「脆弱な消費者」ではなく「消費者の脆弱性」

Vulnerability

レッテルではなく、状態を見る。パラダイムシフト報告書が示した3類型。

典型的・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

全ての人を持つ脆弱性。人は限られた範囲でしか合理的な判断ができない。

状況的脆弱性

人は誰しもが状況の影響を受ける。状況次第では合理的に考えることが難しくなる。

実務の含意 「高齢者対応マニュアルを作ればよい」では足りない。若年層、デジタル利用者、急ぎの修理依頼者、失業・疾病・孤立状態にある人も、場面次第で対象になる。実務上重要なのは、むしろ限定合理性と状況的脆弱性である。

定義の深迫いは禁物 報告書自身が「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り、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」としている（同報告書11～12頁）。社内規程でも、類型の網羅よりも「どの場面で判断環境が壊れやすいか」の洗い出しが実効的。

行為を細かく列挙せず、取引環境と結果に向けて「意を用いる」ことを求める。

なぜ新しい手法が要するのか 取消権（法4条）・契約条項の無効（法8条～10条）は、契約の効力の全部ないし一部を否定するという効果が強いため、相応の予見可能性や要件の明確化が要請される。その結果、対象が個別限定的となり適用場面が限られ、取引環境の変化に対応することが困難になってきている。

従来型

禁止行為 / 取消権 / 無効

何をしてはいけないかを特定し、違反に強い法的効果を結び付ける。

配慮規定

取引環境 / 消費者の判断 / 深刻な結果

目指すべき状態を示し、行為を特定せずに手段の柔軟性を保障する。

求められる実務行動

説明設計 / 導線設計 / 記録化

「何をしたか」を後から示せるようにすることが実質的な防御になる。

ポイント：配慮規定は、対象が消費者契約一般と広範であり、具体の行為を特定しない行動規範であることから、法的効果をもって直接的に強制することに馴染まない。直接的な民事上の効果・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とされ、指針と官民協議会で具体化する発想が採られている。

「やってはいけない配慮不足」と「より望ましい配慮」を分けて読む。

いずれも「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対価その他の取引条件に応じて」という枠がかかる

【ミニмум・スタンダード】配慮をしなければならないこととする方向 = 義務に近い警戒ライン

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

事業者が消費者に一定の影響を与えることで判断困難な状態に陥る場合（例：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）

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ことがないようにすることについての配慮

勧誘を受ける消費者が既に適切な判断が困難な状態にある場合（例：加齢により判断力が低下している場合）

【ベスト・プラクティス】配慮する努力を促す方向 = 競争力・信頼形成のライン

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。より良い判断の内容や配慮の方法は個々の場面・関係性により多様であり、対応能力も事業者により様々であるため、一律の義務とせず努力を促す規律とすることが望ましいとされた。

実務の落とし込み：最低限ラインは社内ルール・エスカレーション基準として明文化し、望ましい配慮は業界慣行・優良事例として積み上げる。なお、日頃から法令を遵守している事業者には過大な負担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」「不適切に焦らされること」の範囲は、通常の営業・販売促進活動と区別できるよう指針で明確化すべきとの指摘がある（脚注13）。

こちらは2つとも「努力を促す」規律。ただし高額契約・生活基盤契約では慎重な対応が求められる。

① 生活の現状の著しい悪化の回避（努力を促す方向）

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。扶養親族の範囲は、民法上の扶養請求権を有する者（民法877条から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（脚注12）。

② 契約内容の適合性（努力を促す方向）

消費者契約の内容が、消費者の契約締結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。

なぜ「義務」ではないのか —— 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る。

事業者の把握可能性 —— 実務の分水嶺

原則：積極的に調査することまでは求められず、事業者が知ることができた事情を基にすることが基本。／ 例外：生活の基盤となる重要な財産に係る契約や高額な契約では、必要な範囲で慎重な対応が求められる場合がある。とりわけ判断力の不足・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必要。 → 「知り得た事情」を見なかったことにはしにくい、という設計であることに注意。

ケースで見る —— 高齢者への高額サービス契約の勧誘

Case Study

高齢者が、生活資金の大半を使う高額サービス契約を検討している。売ること自体が違法なのではない。

販売場面

本人は前向き。ただし説明内容を何度も確認し、家族への相談を迷っている。担当者は月末の目標を意識している。

危険サイン

「今日だけ」等の焦らせ表示／解約料が高額／生活資金への影響／判断力の低下がうかがわれる／相談相手から切り離す動き

望ましい対応

時間を置く／家族・支援者への相談を促す／総額と解約料を分けて説明／説明内容と本人の理解を記録に残す

結論

契約成立を急ぐより、判断環境を整える。配慮規定は「売るな」ではなく「壊れた判断環境で売るな」という規範。

注意 積極的に生活状況を調査することまで当然に求めるものではない。ただし、知り得た事情があれば「見なかったこと」にはしにくい。さらに後述の解除権では、深刻な結果を「事業者が知っていたこと」が要件に取り込まれる方向であり、現場が把握した情報をどう扱うかが分水嶺になる。

社内実装のヒント：「高額」「生活基盤」「判断力への疑い」の3条件のいずれかに触れたら上席レビューに回す、というエスカレーション基準を1本作るだけでも、配慮規定への対応としての説明力が大きく変わる。

対象は「契約締結場面」が中心。直接の民事効果・行政処分は設けない方向。

■ 配慮を求めるべき場面

契約締結場面 ◎

脆弱性の影響で自律的な意思決定が阻害され、望まない契約をする。内容次第で深刻な結果。重要な契機となり得る場面

単発契約の履行・終了

締結場面で脆弱性が考慮されていれば、別途問題が発生する可能性は比較的低い

継続的契約の履行・終了

契約締結時以降の事情変化により新たな脆弱性の影響が生じ得る → Part 3で別途対応

※ 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等の帰結が生じても、それ自体を問題とするものではない。他方、配慮規定又は指針に著しく反する行為を反復・継続し重大な被害を生じさせている場合には、業所管庁への情報提供・連携から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る（脚注16）。

■ 役割・効果（法的性質）

- 直接的な民事上の効果に関する規律、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
- 指導・勧告・公表といった行政措置も、他法令との関係・実効性の点で課題があり慎重な検討が必要

期待される効果

- 規範に沿った主体的・積極的な取組による、問題発生幅広い予防
- 積極的な取組が可視化され、消費者に支持・選択されるという好循環
- 指針が紛争時の解決指針となり、ADR・相談窓口での簡便な解決を促進

配慮規定は行為を特定しない。だからこそ、指針と官民協議会が実務上の中心になる。

指針（内閣総理大臣が策定）

- 内容のイメージは、基本的な考え方、配慮に当たり参考となる望ましい例・不適切な例
- 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（脚注20）
- 指針の取組例どおりでなくとも、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配慮規定に沿うといえる場合がある（脚注21）

官民協議会（行政の関与を必須とする）

- 構成員：消費者団体、事業者団体、学識経験者等。分科会・ワーキングチーム・ヒアリングで多様な主体が参画
- 役割：指針の策定・見直し・運用に関する協議、実施状況の意見聴取、優良事例の収集・検討
- 「解約料」等に関する事業者の取組についての意見交換の場としての活用も想定
- 必要に応じ秘密保持に関する規律等を整備

事業者・事業者団体への示唆

中間取りまとめは「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」とする。すなわち、指針の内容は業界側の関与によって形づくられる余地が大きい。既に規制業種でコミュニケーションの場が整備されている場合には既存の体制・取組を十分に活用すべきとの指摘もある（脚注22）。自社・自団体の実務を早期に棚卸しし、「望ましい例」として持ち込めるかを検討することが有用。

配慮を求められるのは、取引当事者である事業者だけではない。対価は「お金」だけでもない。

消費者契約に不可欠な環境・サービスを提供する事業者

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。想定例：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、情報・広告提供者。

消費者契約に関係し得る主体

①消費者の適切な判断に資すること、②契約内容が消費者の契約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、に協力するよう努める。想定例：地域のネットワーク等。福祉・医療・権利擁護等の専門職・機関の参画を得るべきとの指摘もある（脚注23）。

アテンション・エコノミー

金銭を支払わず、自己の情報・時間・アテンションを提供する場合も「消費者契約」に該当し得る（法2条3項）。特化した規定は設けず、適切な判断の確保に係る配慮規定と官民協議会による柔軟な対応によることが適当とされた。

いわゆるグレーリストは採用されない方向

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）自主規制への適合等によって契約条項が有効となる仕組みは、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なるため慎重な検討が必要とされた。自主規制は「あくまでも民間主体の自主的な規律」として位置付けられ、配慮規定の下で定める指針に「望ましい例」として取り込む形で活用される見込みである。

02

Part 2

契約からの解放手段

不当勧誘がなくても、深刻な結果から消費者を守る仕組みをどう作るか。最も理論的に重い論点。

問題の中心が「事業者の不当勧誘」ではなく、「消費者側の状態」と「深刻な結果」にある場合。

現行法の中心

不実告知、断定的判断の提供、不退去・退去妨害等、事業者の行為によって意思表示の瑕疵がもたらされた場合の取消し（法4条）。誤認類型と困惑類型。

新しい問題意識

加齢・経験不足・心理状態などで適切な判断が難しく、生活基盤を失うような契約。脆弱性の影響は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。

制度設計の難所

救済を広げすぎると、事業者の予見可能性が下がり、かえって一定の消費者が取引から排除される。この「市場排除」への警戒が全体を貫いている。

読み筋 単純な「弱者取消権」ではない。深刻な結果・事業者の認識・予見可能性のバランスが制度の焦点である。消費者が高齢であれば何でも解除できる、という話ではない。

なお、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とされ、手段としては「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」解除権が検討されてきた。

検討された解除権 —— 三要素から「深刻な結果」中心へ

Rule Design

WG論点整理（令和8年5月）の3要件案のうち、どこがどう削られたのかが最大の読みどころ。

①

適切な判断をすることが困難な状態で

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が困難な状態

要件から外す

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

消費者の生活の基盤となる財産を失う内容の契約を想定

中心に据える

③

「第三者」による見守りを促す仕組み

事業者が契約締結に先立ち所定の「第三者」に連絡した場合に解除権が発生しない等

要件から外す

なぜ絞ったのか ①は、実質基準を採れば事業者の予見可能性の確保が困難、形式基準を採れば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。③は「第三者」の範囲・役割、適切性の担保（不適切な第三者の関与の防止）、実務上の予見可能性・運用可能性、指定の仕組みの実効性・コスト、既存制度との関係整理といった課題の解決が困難。

実務インパクトが最も大きく、今後の要件明確化が待たれる論点。

中間取りまとめの結論

- ②（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る
- 「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・種類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
- 消費者契約全体を射程とする影響の大きさに鑑み、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）

効果

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。消費者側の原状回復範囲、第三者への対抗関係、行使期間の整備が課題。

調査義務

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は求められない。不当な情報収集を行わないことは言うまでもない。消費者庁が逐条解説等で趣旨を明確化する必要。

残る課題

令和8年6月成立の民法等改正法による新たな成年後見制度との関係整理。既存の業法との関係を整理し、重複的・過度な規制とならないよう慎重な制度設計が必要との指摘（脚注24）。

行政的手法との併用：特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）に基づく指示等の適切な運用、訪問販売分野（レスキューサービス・点検商法）への必要な措置の検討、見守りネットワーク構築の促進が挙げられている。

既存の業法・実務との関係 ―― どこが重なり、どこが新しいか

中間取りまとめ自身が「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」と留保している。

場面	既存の規律（業法・民法）	中間取りまとめが加えるもの
高齢者・判断力低下 顧客への勧誘	金商法40条1号（適合性原則）／日証協の高齢顧客への勧誘ガイドライン（役席者の事前承認、複数回接触、家族同席等）／保険業法294条の2（意向把握義務）	配慮規定①②（適切な判断の確保）／新たな解除権
支払能力・生活への影響	貸金業法13条（返済能力の調査）・13条の2（過剰貸付けの禁止＝年収の3分の1）／割賦販売法30条の2（支払可能見込額の調査）	「生活の現状を著しく悪化させない」配慮／契約内容の適合性への配慮
不当な勧誘	特商法6条（不実告知等の禁止）／同7条1項5号、同法施行規則18条2号・3号（適合性原則等。論点整理が挙げる規定）／金商法38条	配慮規定（判断環境）／行政的手法として特商法の指示等を適切に運用
解約の条件・方法	特商法9条等（クーリング・オフ）／電気通信事業法の初期契約解除制度・確認措置／各業法の中途解約規制	解約妨害の禁止（差止対象）／合理的な離脱方法の提供（努力義務）
約款の変更	民法548条の4（定型約款の変更。1項2号型は事前の周知で効力発生）／各業法の約款届出・変更認可	重要事項の変更時の事前個別通知（義務の方向）

※ 金融・貸金・割賦の各分野では、判断力や支払能力に配慮する実務が既に定着している。配慮規定はそれを否定するものではなく、業種横断の一般規範として言語化するものと理解するのが自然。

既存の業法対応を積み上げてきた事業者ほど、新規性は「3点」に絞って理解すると早い。

① 業種横断の一般法として及ぶ

適合性原則や支払能力調査は、金商法・保険業法・貸金業法・割賦販売法といった業法の世界の話だった。配慮規定は消費者契約一般に及ぶため、業法の網がかかっていない分野（サブスク、フィットネス、学習塾、レンタル、各種会員サービス等）に初めて共通の規範が入る。

② 名宛人が取引当事者を超える

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、情報・広告提供者にも配慮の努力が求められる。業法は基本的に免許・登録業者を名宛人としてきたが、ここでは取引環境を形づくる者が広く対象になる。

③ 効果が民事・差止に接続する

業法違反は原則として行政処分の問題であり、私法上の効力とは切り離されてきた。今回は、解約妨害が適格消費者団体の差止対象となり、深刻な結果については解除権という民事効果が用意される。行政ルートと民事ルートが並走する。

実務上の最短ルート

ゼロから体制を作るのではなく、既存の業法対応（高齢顧客ルール、適合性原則の運用、支払能力調査、苦情処理規程）を棚卸しし、「これは配慮規定の下での取組である」と説明できる形に紐づけ直すのが最も効率的。指針の策定過程では、こうした既存の取組を「望ましい例」として持ち込む余地がある。逆に、業法の網がかかっていない事業を抱えるグループ会社こそ、優先的に点検すべき。

03

Part 3

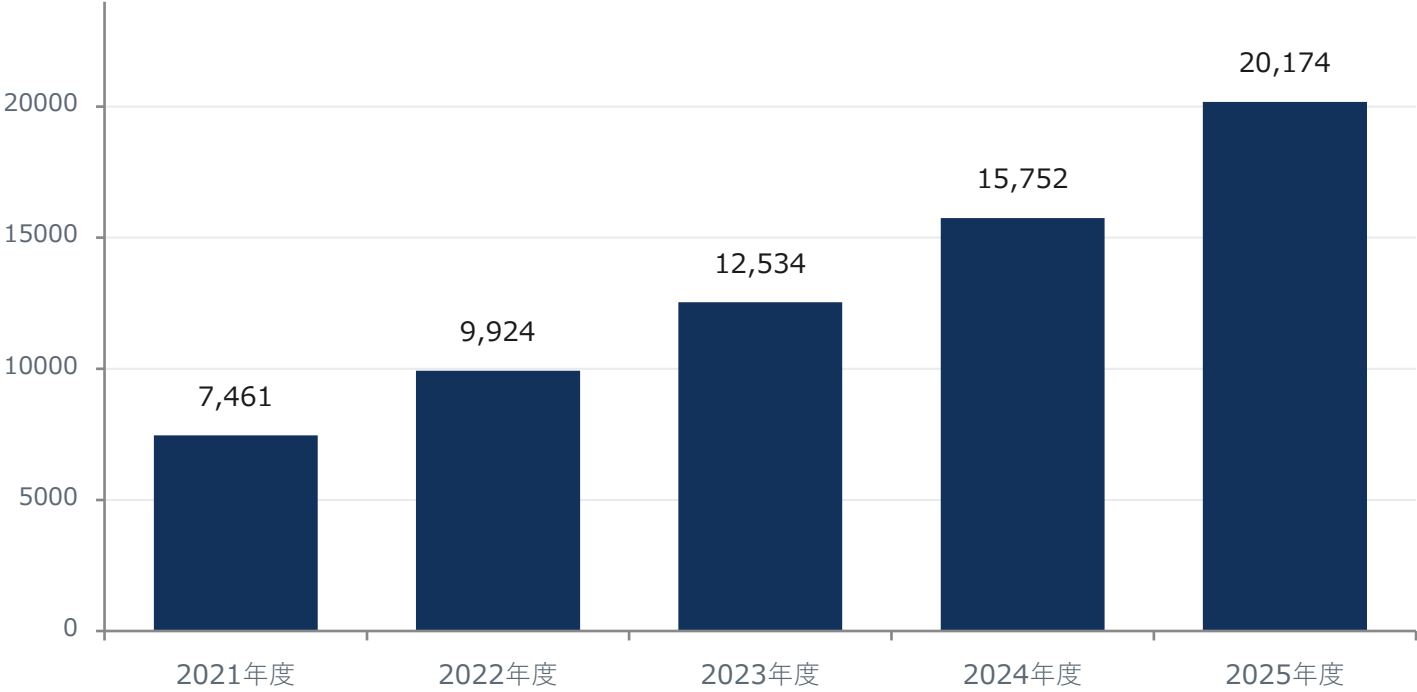
契約は「締結後」が勝負になる

サブスク、自動更新、約款変更、解約、死亡時対応。消費者契約法の視線が契約ライフサイクル全体へ広がる。

サブスク相談は5年で約2.7倍

Data

「継続して提供される契約」では、離脱・更新・変更でトラブルが起きる。



※「サブスクリプション」という内容キーワードが含まれる消費生活相談の件数（PIO-NET）

20,174件

2025年度のPIO-NET相談件数

約2.7倍

2021年度比

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

今後は「入口」だけでなく「途中変更」と「出口」が重要になる。

締結

配慮／努力義務

- 判断環境への配慮
- 説明・情報提供
- 解約条件の事前開示

継続・履行

努力義務

- 利用中の情報提供
- ニーズ変化への対応
- 相談受付体制

更新・変更

努力義務／義務

- 自動更新の事前通知
- 約款変更の個別通知
- 解約可能期間の表示

終了・死亡

禁止＋差止／努力

- 解約妨害の禁止
- 合理的な離脱方法
- 相続人対応手順

契約書レビューの着眼点も変わる

条項の有効性だけでなく、通知の内容と時期、解約画面の導線、コールセンターの受付体制、そして「いつ・誰に・何を伝えたか」の証跡が問われる。法務部が見るべき対象が、契約書から顧客接点全体へ広がる。

対象は「目的物が継続的に提供され続ける消費者契約」。一回的履行の契約は対象外。

対象とする（○）

- 事業者が物品、権利、役務その他の目的物を継続的に提供し続ける消費者契約（サブスクリプションサービス等）
- 期間の定めがない契約に加え、期間の定めがある契約（更新により継続する場合を含む）
- 賃貸借契約なども該当し得るものと考えられる（脚注29）

対象としない（×）

- 商品・役務が契約締結から時間的間隔に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

重要 —— 新たな解約権を創設するものではない

本規律は、実体法上消費者が解約権を有する場合を念頭に置き、その行使を妨げることを抑止し、行使の実現を容易にするためのもの。実体法上解約権を有していない場合に消費者契約一般について新たな解約権を設けることは慎重な検討が必要とされた。一定期間の契約継続を条件に安価な価格を設定するサービス・業態には一定の合理性・有益性が認められ、期間の定めを否定する新たな解約権はそうしたサービス・業態の否定につながりかねないためである。

解約妨害の禁止 —— 禁止される行為の5類型

Exit

解約権があるのに、行使できない・実現されない状態を防ぐ。差止請求の対象とする方向。

1 判断を歪める

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

2 物理的・心理的に止める

消費者が解約をしようとしている場所からの退去妨害／同じく不退去／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

3 受け付けない

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

4 画面で迷わせる

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（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：脚注30）

5 解約後も実現しない

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が生じる債務の履行の不当な拒否・遅延（返金の遅延等）

効果 直接的な民事上の効果は定めない（妨害があっても新たに解約権を発生させるものではない）。もっとも未然防止・拡大防止のため、適格消費者団体による差止請求の対象とする方向。更新拒絶が可能であるのにそれを妨げることの禁止も含む。

ポイントは「契約の締結方法と比べて不合理に難しくないか」。

悪い導線

申込みはオンラインで3分、解約は電話のみ・平日昼のみ・長時間待ち。解約ボタンが階層の奥にあり、引き止め画面を何度も通過させる。

良い導線

オンラインで契約したならオンライン解約を含む複数手段。必要な注意説明は過不足なく、解約の完了を明示する。WG論点整理も、締結方法と同じ方法を含む複数の方法があれば多くの場合に合理的とする。

ただし一律義務ではない 契約類型によっては、即時解約よりも、離脱のメリット・デメリットを慎重に検討する機会を設けることが消費者保護に資する場合もある。一律に考えることは困難であるため、契約内容に応じた努力を促す方向とされた。

解約の方法・条件に関する情報提供（法3条1項2号・4号の延長）

現行法は、勧誘に際しての解約の条件等の情報提供の努力義務（法3条1項2号）と、消費者の求めに応じた解約権の行使に必要な情報の提供の努力義務（同項4号）を定める。継続的契約では契約途中で解約の二一ズが変化するため、勧誘場面や消費者の求めがある場面「以外」でも、契約を継続する期間を通して解約に関する情報を提供する努力を促す方向。なお、勧誘場面や求めがあった場合には義務とすべきとの指摘もあった（脚注33）。

サブスクの解約導線とダークパターンは、日本だけの論点ではない。日本案の「位置」を押さえておく。

米国 FTC

2024年10月 ネガティブ・オプション規則を改正（通称Click-to-Cancel）。解約は登録と同程度に簡単でなければならないとした。

2025年7月 第8巡回区控訴裁が、規制影響分析を欠く手続違背を理由に規則全体を無効とし、1973年の旧規則が復活。

2026年3月 FTCがANPRMを公表し、規則の再構築に着手（意見募集中）。

その間もROSCA・FTC法5条による個別執行は継続（Amazon Prime、Uber Oneなど）。州のオートリニューアル法も拡大。

EU デジタル公正法

Digital Fairness Act (DFA)。2025年7月～10月にパブリックコンサルテーションを実施し、欧州委員会は2026年第4四半期に立法提案を行う予定。

狙いは、ダークパターン、インフルエンサーマーケティング、依存性のあるデザイン、不公正なパーソナライズ。とりわけ「消費者の脆弱性が商業目的で利用される場面」を正面から対象としている点で、日本の検討と問題意識が重なる。

デジタルサービス法（DSA）25条は、既にオンラインプラットフォームによる操作的インターフェースを禁止している。

ドイツ 解約ボタン

ドイツ民法312k条（2022年7月1日施行）。ウェブサイト上で継続的有償契約を締結できるようにする事業者は、「ここで契約を解約する」等の明確な表示を付した解約ボタンを設けなければならない。

違反した場合、消費者は解約期間を守ることなくいつでも解約できるという強い効果が結び付く。

その後の裁判例が要件を具体化（例：ボタンの表記が「解約の意思を送信」では不十分、確認画面でのパスワード入力要求は不可）。

日本案の位置と、実務への含意

中間取りまとめは、「解約ボタンの設置義務」や「締結と同じ簡便さ」という形式基準までは踏み込まず、解約妨害の禁止（差止）＋合理的な離脱方法の努力義務という組合せを採る。規律の強度としては米独より緩やかだが、方向は同じである。海外展開している事業者は、最も厳しい法域に合わせて解約導線を一本化する方が、結果的に設計・保守のコストが低い。

見落とし・忘却・不利益変更に対応するか。努力義務と義務の違いが実務上決定的。

自動更新 → 努力義務の方向

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、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。必要な情報は、申出の時期及び方法、更新後の契約期間など。

プッシュ型（物品が定期的に届く、情報が定期的に提供される）より、消費者が能動的にアクセスしなければならないプル型の方が、契約の存在自体を忘却しやすく、事前通知の必要性が高い。一律義務としないのは、契約期間の長さ・内容・更新頻度が様々で、通知疲れによる重要情報の埋没も懸念されるため（脚注34）。

定型約款の重要変更 → 義務の方向

民法548条の4第1項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、変更前に、現に契約関係にある消費者に対して所定の事項を個別に通知しなければならない。ただし通知が困難な場合であって、権利利益を保護するため必要な代替措置をとるときは、この限りでない。

所定の事項：変更後の契約内容、変更の効力発生時期、変更前に解約できる期間・条件・方法等（脚注37）。「重要事項」は法4条5項を参考としつつ、通知義務を課す以上より一層の明確化が求められ、例えば「対価が増えること」「解約条件が厳しくなること」に限定することが考えられる。

弁護士の勘所 通知文を作成しただけでは足りない。送信ログ、到達不能時の代替措置、解約可能期間の表示、変更の効力発生日との前後関係まで一体で設計する。「規約変更メールを出したか」ではなく「何を・いつ届く設計で通知し、解約の選択機会を確保したか」が問われる。

※ 民法548条の4第3項は事前の周知で足りるとしており、個別通知を効力要件とすることは民法の要件加重となるため慎重な検討を要する。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・検討期間の確保、一定期間の従前条件の維持といった措置の検討が必要との指摘もあった（脚注36）。

亡くなった後も、契約・請求・サービス提供が続く。地味だが実務上重要な論点。

契約継続

本人死亡後も、サービス提供・課金が継続することがある。事業者が死亡の事実を当然に把握・確認することは困難。

相続人照会

相続人には、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明らかでないことも多い。

手順整備

相続人から問合せがあった場合の情報提供・解約手続、相続人であることの確認方法等をあらかじめ定める。

周知

利用規約、FAQ、窓口で確認できるようにする。規律は努力を促す方向（義務として検討すべきとの指摘もあり：脚注40）。

実務インパクト：通信、サブスク、保守契約、賃貸、介護・見守り、会員制サービスなど、継続課金を伴う事業では体制整備が必要。コールセンターの運用ルールとして明文化するのが早い。

将来の検討課題として示された事項（脚注28）

- ①生活基盤に係る契約について、事業者側からの解除・終了の手続保障（理由の説明、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等）
- ②契約の継続に重大な疑義が生じた場合に、本人・支援者・消費生活センター等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・退去手続などを暫定的に停止・保全する仕組み

04

Part 4

「解約料」は金額より説明が先に来る

平均的損害の立証責任をめぐる大改正は見送り方向。ただし、解約料の納得可能性を高める説明責任が強化される。

現行法9条1項1号は「平均的な損害の額」を超える部分を無効とするが、実務では悩ましい。

① 解釈の難しさ

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、業種・契約類型によって解釈が明らかではない。

② 立証の難しさ

消費者及び適格消費者団体の側には、損害額を基礎付ける資料が手元にない（証拠の偏在）。

③ ビジネス実態との齟齬

実際のビジネスでは、損失補填だけでなく価格差別・需要調整・機会損失など多様な目的で解約料を定めている。

解約料研究会が整理した3つの視点

- 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

参考：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）

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事業者を支払う旨の条項が、法9条1号（当時）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」に該当し、解除された場合に生じる平均的な損害は存在しないとして無効と判示された（脚注44）。

不満の源泉は「金額」ではなく「わからなさ」 解約料研究会の消費者意識調査では、情報提供の在り方が不満度に大きく影響すること、金額が高額な場合や商品・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「何のための解約料なのか」が分かりにくく不満が生じやすいことが確認された。

立証責任の転換をどう組み込むか。3案が検討されたが、委員間の共通認識の形成には至っていない。

【A案】原則として事業者に立証責任

- 法9条1項1号の規律について事業者が立証責任を負う
- 同種の商品・役務に複数の合理的な選択肢がある場合、最も解約料が安いものが平均的損害額を超えなければ、その他の選択肢には平均的損害額基準を適用しない（価格差別目的への対応）
- 批判：複数選択肢を設けることに必ずしもメリットはなく、業種によっては不合理・実務上困難

【B案】部分ごとに立証責任を分配

- 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 → 消費者が立証責任を負う
- それ以外の部分 → 事業者が立証責任を負う
- 批判：消費者が原状回復賠償相当部分を立証することも困難で現状と大きく変わらない可能性。消費者契約は極めて多様で、明確に分類して一律の区分を設けることは困難

【折衷案】一部委員から提案された推定規定+同等条件による証明の代替

1 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。ただし次の部分は平均的損害額を超えないものと推定する。

i) 解除後に目的物・権利が返還される場合＝使用料又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) 返還されない場合＝目的物又は権利の販売価格として相当な部分／iii) 役務提供開始後の解除＝提供された役務の対価として相当な部分／iv) 引渡し・権利移転・役務提供開始前の解除＝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

2 同一の消費者契約に複数の解約料条項を設けた場合、一つの条項について平均的損害額を超えないことを証明した事業者は、他の条項について、当該証明のされた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。

今回の結論 — 9条1項1号は維持し、説明責任を強化する

解約料の「納得可能性」を高める説明が求められる。事業者にとって最も直接的な実務課題。

なぜ見直しを見送ったのか 「平均的な損害の額」を基礎としつつ、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が次第に明らかになった。他方、あらゆる解約料について一律に事業者が立証責任を負担することも困難。現行9条1項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も踏まえ、今回は同号の見直しは行わないこととされた。

拡充が検討されている3つの規定 — 何を説明するか

法3条1項	複数選択肢の情報提供	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、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
法9条2項	消費者への算定根拠の説明	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
法12条の4	適格消費者団体への説明	同上。なお法9条2項・12条の4は令和4年改正で新設された規定であり、その成果の検証が必要との指摘、義務とすることを検討すべきとの指摘もあった（脚注45）

実務メッセージ：解約料条項は「金額の合理性」だけでなく、契約前説明・画面表示・FAQ・問い合わせ時の説明まで一体で点検する。条項が同じでも、説明できるかどうかでリスクが変わる。

自主規制は「有効性の免罪符」ではない

Self-Regulation

ただし、業界ルールはトラブル抑止と信頼形成の武器になる。

業界で整理する

業界における「平均的な損害」の内容を詳細に分析し、標準的な解約料の考え方や望ましい説明手続を明確化する。業界ごとに異なる内容の明確化に有益。

外部の視点を入れる

消費者団体等の外部の意見を考慮するなど、正当性・透明性を高めるための工夫がなされることがより望ましい。官民協議会の活用も想定されている。

選ばれる市場へ

説明しやすい事業者が信頼され、紛争処理でも説得力を持つ。消費者の立証負担の軽減にもつながり、取り組む事業者が選ばれる好循環が期待される。

注意 自主規制を消費者の権利義務に直結させることには慎重な検討を要する。法9条1項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から、「自主規制に適合しているから当然に有効」とはならない。位置付けはあくまで、説明・予見可能性・紛争解決の材料である。

中間取りまとめは、こうした事業者団体の取組を「9条1項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」と評価している。業界団体に所属する事業者は、団体の動きを待つのではなく、自社の解約料の目的別内訳を先に整理しておくことが有利に働く。

05

Part 5

企業法務としての実装

今すぐやるべきことは、条文を待つことなく、取引設計・説明・記録を整えること。

目的規定の書きぶりは、今後の解釈全体を規定する。

目的規定に加える2つの要素

- ①「消費者の脆弱性」への対応という要素 —— 誰しものが脆弱性を有すること、単に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十全な判断ができない状況、自律的な意思決定ができない事情、民法とは異なる主体観を前提に契約のルールを定めるものであること
- 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 —— 健全な市場の実現に向けた連携・協働、相互の関係から生じる信頼の確保

「消費者」の定義（法2条1項・3項）

目的規定で「消費者の脆弱性」を定める場合には、「消費者」の定義においても脆弱性を考慮することが前提となるため、定義規定の変更は行わない方向。「脆弱な事業者」を新たに対象に加える必要もないとされた。

今後のプロセス

令和8年9月16日から10月31日まで、法制的な検討に先立つ意見公募が実施されている。消費者庁は中間取りまとめの考え方と寄せられた意見を踏まえ見直しを進める。同日公表の「デジタル取引・特定商取引法等検討会」中間取りまとめも同時に意見公募中であり、両者の整合性を踏まえた検討が求められる。

目的規定の改正は、単なる宣言ではない。今後の各条項の解釈、指針の内容、そして紛争時の主張・立証の枠組みすべてに波及する。「情報・交渉力の格差」に加えて「脆弱性」と「共創協働」が法目的に入ることの意味は大きい。

条文化までに詰めるべき点はまだ多い。どこが動きそうかを押さえておくと、パブコメでの意見提出も的を射たものになる。

■ 今後の読み筋

改正時期

2件のパブコメがいずれも10月31日締切。特商法サイドも同時に法制的検討へ進むため、消費者契約法と特定商取引法の改正が同一国会に並んで提出される可能性がある。

義務化の範囲

義務として残るのは約款変更時の個別通知が中核。自動更新通知は、今回のパブコメで義務化を求める声が強まれば格上げの余地がある。

下位法令が勝負

解約妨害の「不当な環境設計」は下位法令に具体的な行為類型が落ちる。差止の射程を決める部分であり、今回のパブコメで意見を出す価値が最も高い。

解約料の再燃

今回は説明責任の強化に落ち着いたが、法9条2項・12条の4の「成果の検証」の結果次第で、次の改正で立証責任の転換が再浮上し得る。

配慮規定の事実上の効果

直接の民事効果はなくとも、不法行為・信義則・適合性原則違反の判断枠組みに流れ込む。指針の「望ましい例」から外れたことの説明を求められる。

■ 未解決論点

「深刻な結果」の内容・類型

生活の基盤となる財産とは何か。金額基準か、資産に対する割合基準か。具体的な事例・裁判例を踏まえた明確化はこれから。

「事業者が知っていた」の立証構造

現場担当者の認識は誰の認識か。組織としての知得はどこまで及ぶか。積極的調査は不要とされる一方、知り得た情報の扱いが問われる。

新たな成年後見制度との接続

令和8年6月成立の民法等改正法による新制度との役割分担の整理が残されている。

「重要事項」の範囲

個別通知義務の対象を、対価の増額と解約条件の厳格化に限定するのか。限定しない場合の事業者負担をどう見るか。

配慮規定違反の帰結

行政措置を置かないとして、実際に著しく反する行為が反復された場合、業所管庁への情報提供・業法処分はどうつなぐか。

※ 左欄は中間取りまとめの記載と検討経緯から導いた見立てであり、確定した見通しではありません。

パブリックコメントが2件同時に始まりました

Public Comment

いずれも令和8年9月16日から10月31日まで。「法制的な検討に先立ち」行われる意見募集で、条文が固まる前に事業者の声を届けられる機会。

① 消費者契約法検討会 中間取りまとめ

案件番号 235030052

所管 消費者庁消費者制度課（03-3507-9148）

対象 配慮規定、契約からの解放手段、継続的契約の各過程、解約料、目的規定など本日のPart1～Part5

② デジタル取引・特定商取引法等検討会 中間取りまとめ

案件番号 235060029

所管 消費者庁取引対策課（03-3507-8800）。資料は同課でも配布

対象 チャット等による勧誘規制、ダークパターン、最終確認画面・電子書面、解約手続妨害、レスキュー・点検商法など特定商取引法サイドの論点

※ 本日の解説対象外。別途取り上げます。

提出の実務（①の要領による）

【対象】 中間取りまとめのどの箇所かを明記（記載例：「第1 1. (1) ア（ア）…」に対する意見）。

【内容】 【理由】 記載場所を分けてそれぞれ明確に。複数箇所は箇所ごとに分ける。1,000字超は要旨を添付。e-Govフォーム又は郵送。電話受付は不可。個別回答なし。法人・団体名は公表される場合がある（個人の氏名は含まれない／団体は匿名希望可）。

①について、事業者として意見を出す価値が高い6つの論点

- ・ 解約妨害の「不当な環境設計」 下位法令に委ねられ、差止の射程を決める（第2）
- ・ 「重要事項」の範囲 個別通知義務の対象を対価増額と解約条件の厳格化に限るか（第2）
- ・ 配慮規定と通常の営業活動の線引き 「不適切に焦らされること」の外延（第1）
- ・ 解除権の「深刻な結果」の類型 金額基準か割合基準か（第1）
- ・ 「知っていた」の立証構造 現場の認識と組織的知得の範囲をどう画するか（第1）
- ・ 既存業法との重複回避 適合性原則・支払能力調査等との関係整理（全体）

「義務」「禁止＋差止」「努力義務・配慮」で優先順位を付けて着手する。

区分	内容	想定される実務対応	優先
義務	定型約款の変更（民法548条の4第1項2号）＋重要事項（対価増額・解約条件の厳格化等）の変更時の事前個別通知	約款変更フローの見直し。通知先・通知手段・到達不能時の代替措置を整備	A
禁止＋差止	解約妨害（不実告知、断定的判断の提供、退去妨害、不退去、申入れ拒否・不当遅延、不当な環境設計、返金の不当拒否）	解約導線・解約時トークスクリプト・引き止め施策の総点検	A
説明責任	「解約料」に複数選択肢がある場合の情報提供／算定根拠の説明（法3条1項、9条2項、12条の4）	解約料の目的別内訳の整理。費用以外の要素の有無を説明可能に	A
努力義務	合理的な離脱方法の提供／契約期間を通じた解約の方法・条件の情報提供（法3条1項2号・4号）	「締結と同じ方法で解約できるか」を基準に自己点検	B
努力義務	自動更新時の事前通知（申出の時期・方法、更新後の契約期間）	特にプル型サービスは優先対応。通知テンプレートの整備	B
努力義務	消費者死亡時の対応手順の策定・周知（相続人確認方法、情報提供、解約手続）	コールセンター運用ルールとして明文化	B
配慮規定	適切な判断の確保／生活の現状の著しい悪化の回避／契約内容の適合性	高額・生活基盤契約のエスカレーション基準。指針・官民協議会を注視	B

※ 優先度Aは、規律の強度が高い又は既存実務の変更を要する可能性が高いもの。中間取りまとめ段階であり、条文化の過程で内容が変わり得る点に留意。

90日で点検すべき実務チェックリスト

Action Plan

法改正を待つより、まず現行実務の棚卸しを。すべて現行法の下でも実施できる。

1

勧誘・申込画面

焦らせ表示、初期設定（ダークパターン）、比較表示、重要情報の埋没を点検

2

高額・生活基盤契約

判断困難・生活悪化がうかがわれる場面のエスカレーション基準を設定

3

サブスク解約

締結方法との比較、解約導線、受付ログ、返金処理のタイムライン

4

更新・約款変更

事前通知、個別通知、到達不能時の代替措置、解約可能期間の表示

5

解約料

算定根拠、複数プランの説明、業界基準の参照、FAQの整備

6

死亡時対応

相続人確認の方法、情報提供、解約手順、窓口の周知

点検結果は、社内規程・研修・FAQ・画面仕様・ログ保存方針まで落とし込む。特にサブスク解約、約款変更通知、解約料説明の3点は、今すぐ実務監査の対象にできる。

法務部が現場に伝えるべきこと。「法改正リスク」とだけ言っても現場は動かない。

売ればよい、ではない

判断環境を壊して売ると、後から法的・評判リスクになる。配慮規定は「売るな」ではなく「壊れた判断環境で売るな」。

説明できない解約料は危ない

根拠・目的・選択肢・業界基準を言語化する。金額の妥当性より先に、説明可能性が問われる時代になる。

解約はコストではなく信頼接点

離脱しやすい設計は、悪質事業者との差別化になる。解約体験の良さが再契約と推奨につながる。

通知は出しただけでは足りない

内容、時期、対象、送信ログ、到達不能時の代替措置まで確認する。「送った」と「届く設計にした」は別物。

消費者契約法は、「契約の有効・無効を裁く法律」から、「安心して取引できる市場を設計する法律」へ。

脆弱性

誰もが状況次第で判断を損なう

配慮規定という新機軸が入る。直接の民事効果・行政処分は伴わないが、指針と官民協議会を通じて実務の基準となる。事業者団体の参画が鍵。

ライフサイクル

締結後の更新・変更・解約が重要

解約妨害の禁止は差止対象。約款変更時の個別通知は唯一の「義務」。解約導線と約款変更フローの点検は今からできる。

説明責任

納得できる取引設計が競争力になる

解約料は9条1項1号を維持し、法3条1項・9条2項・12条の4の拡充で対応。条項が同じでも、説明できるかでリスクが変わる。

企業法務としては、条項審査にとどまらず、顧客接点・説明・導線・記録まで見るのが競争力になる。

ご清聴ありがとうございました

弁護士法人三宅法律事務所

弁護士 渡邊 雅之

TEL 03-5288-1021 / E-mail m-watanabe@miyake.gr.jp

本資料の元資料

出典：消費者庁「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」中間取りまとめ（令和8年9月10日）

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/meeting_materials/review_meeting_006/assets/consumer_system_cms205_260910_01.pdf

※ 本資料は令和8年9月10日公表の中間取りまとめに基づく解説であり、今後の条文化の過程で内容が変わり得ます。個別事案については別途ご相談ください。