デジタル取引・特定商取引法等検討会「中間取りまとめ」について

2026 年 10 月 29 日
全大阪消費者団体連絡会
大阪市中央区内本町 2-1-19-430
06－6941-3745
shodanren@osakacon.org

「中間取りまとめ全体」に対する意見

中間とりまとめの方向性を支持し、今後の法案化及び下位法令等の検討においても消費者が多様な脆弱性を有することにしっかりと配慮することを求める。

（理由）
　高齢化及びデジタル化の進展に伴い、消費者が安心・安全に取引できる環境を整備するに当たっては、消費者が多様な脆弱性を有することへの配慮とともに、消費者の自律的な意思決定を実質的に保障する観点が重要であり、中間取りまとめの方向性を支持する。
　なお、今後の立法作業での検討、及び、下位法令・ガイドラインに委ねられた事項についての検討においては、これまでは通常の営業活動とされてきたものについても、消費者の多様な脆弱性の観点から消費者の自律的な意思決定や人格的価値を毀損する要素を含むことがないか再検証する姿勢で取り組むことを求める。個別の勧誘・契約の場面では一般的な脆弱性に加えて、対象の消費者の属性・状況等の脆弱性に配慮する要素も考慮する必要がある。具体的な検証の結果として、事業者に新たな負担が生じる場合においては、それが必要かつ合理的で相当な負担と考えられるのであれば市場健全化のために必要な社会的コストとして受け止めるべきである。

（4 頁）「Ⅲ　インターネット取引への対策の強化　１　特に勧誘的性質の強い取引への対応」に対する意見

電話勧誘販売と同等の規律を講ずることに賛同する。

（理由）
　チャット等による勧誘は、消費者に対する個別的・継続的な働きかけによって意思決定に影響を与える点で電話勧誘販売と共通するため。

（7 頁）「Ⅲ　インターネット取引への対策の強化　２　広告場面における意思決定を誘導する手法への対応」に対する意見

インターネット取引過程全体におけるダークパターンについて、悪質性の高いものへの民事効を付与すべきである。特定の属性（子ども、高齢者など）を対象とする表示・UI 等については、その特定の属性の消費者における平均的な消費者を念頭に置いた規律とすべきである。

（理由）
　消費者の契約締結又は契約内容に関する意思決定に実質的な影響を及ぼした場合に、取消しによる個別救済の必要性を否定することはできないため。

（10 頁）「Ⅲ　インターネット取引への対策の強化　２　広告場面における意思決定を誘導する手法への対応　３　契約場面における対応」に対する意見

「契約場面における対応」について、広告が最終確認画面と異なり「定期縛りなし」「いつでも解約可能」との文言がある場合は、取消し可能かつ適格消費者団体の差止めの対象とすべきである。

（理由）

「定期縛りなし」「いつでも解約可能」との表示は、消費者の契約締結又は契約内容に関する重要な意思決定に直接影響を与えるものであるため。また、同種の表示による被害が反復・継続的に発生していることから、適格消費者団体による差止請求の対象とする必要があるため。

（12 頁）「Ⅲ　インターネット取引への対策の強化　４　解約場面における対応」に対する意見

継続的契約において、契約の更新・変更・終了時等における事業者の通知義務を設けるべきである。

（理由）

インターネット取引では様々なサブスクリクション契約が提供されているが、トラブルも多発している。継続的契約においては、消費者の意向が変化することも当然想定されることであり、現行契約が一旦終了する節目である更新・変更・終了時等には事業者から当然その旨を通知すべきであり、これにより無用なトラブルを防ぐことで消費者・事業者双方にメリットとなるため。

（15 頁）「Ⅲ　インターネット取引への対策の強化　６　デジタルプラットフォームの重要性の高まりを踏まえた対応」に対する意見

プラットフォーム提供事業者に対して、ダークパターン規制、消費者から申出があった場合の調査義務及び違法な広告の送信停止・防止措置及び事業者・勧誘者の確認・開示等の義務を設けるべきである。

（理由）

現代の消費者取引においては、消費者の意思形成に対してインターネット上の広告や勧誘が極めて大きな影響を及ぼしており、また、プラットフォーム提供事業者は利用事業者の不当な広告等であってもそれを掲載することで利益を得ていることから、不当な行為に対する責任として応分の責任を果たすことが求められるため。

（19 頁）「Ⅳ　インターネット取引以外の特定商取引への対策の強化」に対する意見

クーリング・オフ後の返金懈怠に罰則を導入すべきである。

（理由）

クーリング・オフ妨害と実質的に同視できる行為であるため。

（19 頁）「Ⅳ　インターネット取引以外の特定商取引への対策の強化　２　点検商法等への対応（強引な契約締結・解約妨害への対応等）」に対する意見

訪問販売に関する登録制、事前拒否制度について検討する場を設けるべきである。

（理由）

点検商法への対策が原状回復困難行為に該当するものに限られており、承諾等の意思表示を取りつけてから着手する事案への対策として、自宅で勧誘を受けるかどうかについての消費者の選択と良識ある事業者の営業の自由とを互いに尊重し、調和する制度である訪問販売勧誘の事前拒否制度・事業者登録制度等も含めて検討を行うべきであるため。

(21 頁)「Ⅳ インターネット取引以外の特定商取引への対策の強化 3 いわゆる後出しマルチへの対応」に対する意見

モノなしマルチに対しては取引構造に着目した実効性ある対策を盛り込むべきである。

(理由)
若者を中心に重大な被害を生じさせている「モノなしマルチ」の被害の本質は、実態や価値が分かりにくい商材が連鎖売取引と結び付くことで、被害が短期間に爆発的に拡大する点にある。よって、情報商材・投資商材を取り扱う連鎖売事業者について登録制を導入するとともに、預託法における確認制度に類似した事前審査・確認制度を設け、商材の実在性や内容の合理性を行政が確認できる仕組みを構築すること、また、適合性原則を強化し、投資経験や資力、年齢等に照らして不適切な勧誘を禁止することなど、取引構造そのものへの規制を行うべきである。

(25 頁)「Ⅵ その他の指摘事項等 1 厳罰化等に係る論点」に対する意見

悪質事業者に対する抑止力を高めるため、組織犯罪処罰法による違法収益の没収が可能となるよう法定刑を引き上げるべきである。

(理由)
悪質事業者に対しては違法収益そのものを剥奪することが最も有効な抑止策であり、被害の予防にも資するため。

(25 頁)「Ⅵ その他の指摘事項等 2 個人情報を活用した取引に係る論点」に対する意見

個人情報等を用いた取引の個別化がもたらす消費者取引への影響等を踏まえて、プロファイリングに対する規律を検討すべきである。

(理由)
プロファイリングにより、個々の消費者の脆弱性を利用した勧誘や価格設定が可能となり、消費者の自律的な意思決定が歪められるおそれがあるため。

(27 頁)「Ⅶ おわりに」に対する意見

消費者教育及び悪質商法についての情報提供の取り組みを更に強め、その担い手として消費者団体を位置づけて公的支援を進めるべきである。

(理由)

学校教育以後に消費者教育を受ける仕組みがまだ不十分であり、また、次々と現れる悪質商法についてタイムリーな情報提供がなければ被害を防ぐことは難しいため。その担い手として消費者同士で学びあう消費者団体の活動を活性化することが有効と考えられるため。

以上