

消費者問題 ニュース

CONTENTS / 2025.11 No.226

レポート	1
報告会「ドイツ調査報告～EU及びドイツ連邦共和国における不公正取引方法への対応に関する調査報告と日本法への示唆～」を振り返って／全国消費者問題委員会委員長会議／事業者間取引において脆弱性を有する小規模事業者等への法的支援のための調査・研究の開始等を求める意見書について	
事件情報	4
SNS型投資詐欺事件における口座名義人（法人）について氏名不詳者らとともに一連の詐欺行為を行ったものと評価した高裁判決	
文献紹介	4

レポート

報告会「ドイツ調査報告～EU及びドイツ連邦共和国における不公正取引方法への対応に関する調査報告と日本法への示唆～」を振り返って

本年8月8日18時から弁護士会館及びZoomを利用したハイブリッド開催で、ドイツ調査を行ったメンバーのうちの7名による報告会を開催しました。

同調査は、現在大きな転換点を迎えている日本の消費者法制について示唆を得るべく、日弁連消費者問題対策委員会の消費者契約法部会と京都弁護士会消費者保護委員会から調査団を組み、本年3月22日から30日にかけてドイツで法制度の調査を行うものでした。コーディネーターである中田邦博教授（龍谷大学法学部）、カライスコス・アントニオス教授（同）、各機関との調整をしていただいたクリストフ・ブッシュ教授（ドイツ消費者問題諮問委員会委員長、オスナブリュック大学法学部）の協力により、F Ö H L I S C H法律事務所、欧州法研究所、ドイツ商工会議所（DIHK）、連邦環境・自然保護・原子力安全・消費者保護省（BMUV）、消費者総同盟（VZBV）という消費者法制の実務を担う重要な五つの機関を訪問し、8名から貴重なお話を伺うことができました。同行していただいたマクシミリアン・レンツ氏（ドイツ連邦共和国弁護士）、高畠英弘教授（京都産業大学法学部）のお力添えもあり、充実した調査となりました。関わってくださった

皆様に改めて感謝を申し上げます。

報告会では、ドイツにおける消費者保護法制として、従前からドイツ民法（BGB）にある瑕疵担保責任や契約締結上の過失に基づく損害賠償請求、撤回権（日本法のクーリング・オフ制度に相当するが日本法より広範）によって広く民事上の救済が図られてきたことを確認しました。特に、広告やラベル表示を契約内容に取り込むことで誤認惹起的な取引行為について広くBGB上の救済をなし得ることは示唆に富む部分でした。加えて、ドイツ競争法（UWG）においては、不公正な取引方法を禁止する包括規定、それを若干具体化した誤認惹起的取引行為や攻撃的取引方法等のミニ包括規定、さらに詳細な細目を定めた詳細リストを定め、抽象的規定と具体的リストを組み合わせることで適用の明確さと新しい問題への対処可能性のバランスを保つ法制となっており、違反行為に対しては消費者団体や消費者個人も差止め、損害賠償、利益剥奪請求を行うことができます。また、訴訟前に違約罰を含めた警告をすることができる警告手続が定められており、実務的にはこの警告手続による事業者間の相互監視によって不適切事業者が市場から排除され、消費

者保護が図られている点も特徴的でした。

訴訟制度についても、ドイツにおいては弁護士費用や訴訟費用などをカバーする権利保護保険が広く普及していること、ディーゼル車検査不正事件である「ディーゼルゲート」で多数の消費者から訴訟が起こされたこと等を契機として集合訴訟制度が整備されていたことを確認し、ムスタ訴訟制度（2018年～）と消費者権利保護訴訟制度（2023年～）の制度概要についても整理をしました。

報告会には現地及びオンラインで合計84名に参加いただきました。ドイツからオンライン登壇された中田邦博教授からは全体について充実した報告である旨の講評をいただき、会場の二之宮義人会員（京都弁護士会）からはこの調査で得られた知見は現在進行している消費者法制度のパラダイムシフトにおいて検討されるべきものであるとの見解が示されるなど、充実した意見交換がなされ、盛況のうちに報告会を終えることができました。

報告書はこちら

消費者契約法部会

藤村元気（福岡県）



全国消費者問題委員会委員長会議

1 本年9月5日の午後1時から午後5時まで、Zoom ミーティングを利用した全国消費者問題委員会委員長会議が開催されました。以下に概要を報告いたします。

2 全体会議(第1部)

次のとおり、当委員会の担当副委員長、幹事から報告がありました。

(1) パラダイムシフト報告書

最初に、本年7月、内閣府消費者委員会から答申された消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会の報告書に関する報告がありました。パラダイムシフトとは、消費者契約法を中心に、既存の枠組みにとらわれることなく、消費者法制を抜本的に再編・拡充するための議論です。

今後、消費者庁での検討に入り、取消しだけでなく、法定解除・クーリングオフ・行政ルールなどを組み合わせる検討が行われることが予想されます。

消費者法制を抜本的に再編・拡充する土台作りの報告書ができましたので、今後は消費者取引基本法のようなものの議論がされていくことが予想されますが、目的規定に消費者の脆弱性が記載されるかについては不安な点も出てきています。

当委員会からは、各弁護士会に対して、今後制定される法律の目的規定に脆弱性を入れることを求める旨の意見書等の公表を要望いたしました。

(2) デジタル社会における消費者取引研究会報告書

次に、本年6月19日に公表された、消費者庁の取引対策課長による懇談会、行政運営上の意見交換、懇談の場と位置付けられている消費者取引研究会の報告書に関する解説がなされました。

同研究会は、委員構成が経済分野の専門家に偏り、非公開部分も多く、内容にも問題が多いものであること、消費者の脆弱性についても全ての消費者が脆弱となり得るとの前提に立っておらず、パラダイムシフト報告書とスタンスを異にしていること、全体的に特商法の改正の必要性を否定することにつながりかねない内容になっていること、極力私人間の

契約取引に国家が干渉しないことを政策の基軸として捉えているなどの問題点に関する説明がありました。

当委員会では、報告書が示した方向性に拘泥することなく、消費者保護を基軸とする速やかな、特商法等のデジタル分野における改正を求める意見書を検討しており、その後(本年9月18日付け公表)、各弁護士会に対して、今後の動きを注視しつつ意見書等の公表を要望しました。

(3) 地方消費者行政に関する活動報告と今後の方針

各弁護士会等からの地方消費者行政の維持・強化を求める意見書の公表、地方議会請願の状況の確認をした後、当委員会から、地方消費者行政強化交付金(推進事業)の終了に対する各地での取組により、衆議院消費者問題に関する特別委員会での決議のほか、今年の骨太の方針への盛り込まれたことが報告されました。その上で、消費者庁の令和8年度概算要求では、①推進事業の事実上の延長、②市町村相談員報酬に充てられる新たな支援策(見守活動支援員に対する支援)、③都道府県相談員報酬への新たな支援策として、担い手確保・人材育成強化に対する支援などが設定されました。

そこで、当委員会からは、各弁護士会や消費者団体が各自治体に支援メニューを使うような働きかけと、各弁護士会から行政への働きかけを行う対応部会や担当者等の設置を要望しました。

(4) 業務広告に関する規程等の一部改正

広告規程・広告指針の概要の説明がされた後、今年の臨時総会及び理事会で予定されている広告規程及び広告指針の改正内容案の説明がありました。

その上で、対象となる「広告」についての説明のほか、規程での禁止事項につき指針で解釈を示していること、指針の第一次改正で誤認広告の内容、誇大広告の内容などを明示していることが紹介されました。

既に、広告の方法についての規制もあり、面識のない者に対する特定の

事件・特定の事件ではないものに関する広告についての定めがあるほか、一般的な表示義務、保存義務、弁護士会の権限等の説明がありました。

(5) 公益通報相談窓口の設置

当委員会から、弁護士会宛て事前アンケート結果を踏まえて、公益通報者の支援相談窓口が少ないこと、公益通報は都市部に限らず全国で対応が必要との報告がありました。

また、大阪弁護士会での活動が紹介された上で、当委員会からは、支援窓口が未設置の弁護士会には、是非設置をお願いするとともに、既に設置の弁護士会については、今後とも報告書を提出いただくよう依頼しました。

3 グループセッション(第2部)

(1) 全国の各弁護士会を五つのグループに分け、①若手会員の消費者委員会への参加状況や参加してもらうための工夫、今後の課題等、②地方消費者行政についての各地の活動状況や今後の課題等が協議されました。

(2) 弁護士会連合会のグループは、㊦各弁護士会連合会委員会の基本情報、㊧同委員会の最近の主な活動、㊨同委員会の運営に当たっての課題等について協議されました。

(3) 報告者は、上記(1)に参加いたしました。①若手会員問題について、地方会では新規登録者が少なく、大規模会(東京三会)では委員会活動をする事務所への登録者が少ないというように、委員会活動の担い手が少ないという問題は全国共通の課題であることが明らかになりました。②地方消費者行政について、消費生活相談員からの相談、困難事案についての相談、法教育での連携等の報告がありました。また、地方の相談員担い手不足については相談員の高齢化が指摘されました。見守りネットワークについては進んでいない弁護士会が多いとの指摘がありました。

4 当委員会と各弁護士会、弁護士会連合会との情報交換は非常に重要であり、有意義な機会となりました。

ニュース・出版部会

副委員長 渡部鎮行(三重)

事業者間取引において脆弱性を有する小規模事業者等への法的支援のための調査・研究の開始等を求める意見書について

1 概要

日弁連は、2025年9月18日付けで標記の意見書を公表しました。本意見書は、事業者間取引において、消費者に近似している、取引上の脆弱性を有する小規模事業者等に対する法的支援が必要であることを指摘し、その被害事例に関する情報の収集・分析、調査・研究を踏まえ、適切な立法措置を講じよう、国に対して求めています。

2 問題意識

現行の消費者取引に関する法制度は、取引主体を人的属性によって「事業者」と「消費者」の二つに区分し、消費者が事業者と取引をした場合には、消費者契約法・特定商取引法・割賦販売法等によって法的保護を受けることができるとされています。しかし、このような「消費者・事業者二区分法制」の下では、事業者間取引は常に対等当事者間の取引であるとみなされ、一方の事業者が社会経済的な実情として弱小で劣位にあるとしても、消費者法等による法的支援は与えられていません。

現実には、事業者といっても、その規模や取引の習熟度は千差万別であり、その中には、実態としては消費者に近い事業者（いわゆる「消費者的事業者」）も存在しています。

例えば、提携リース事案、不動産サブリース事案、フランチャイズ事案、求人広告事案などでの被害事例は、消費者的事業者が、消費者・事業者二区分法制の下で消費者法による支援を受けられずに、悪質事業者の不当勧誘の標的となっているものと考えられます。

3 事業者に対する法的支援の考え方

対等の立場でなされるのが建前である市場での取引において、一方当事者に対し法的支援が必要とされる根本的な理由は、取引における自己決定基盤の不十分さからの救済と市場における公正な取引の確保といった、取引の具体的状況の下での「取引上の脆弱性」

にあると考えられます。

事業者であっても、通常取引を反復継続し取引経験が蓄積されるという事業者としての強みが生かされない場合や、事業者としての耐性を凌駕するような不利な取引状況においては、取引上の脆弱性が認められ、法的支援が認められてもよいはずです。

事業者間取引において、取引上の脆弱性は、①主要な営業の範囲外の低頻度の契約、②訪問販売等により締結された契約、③新規開業予定者による契約、④約款取引の顧客としての契約、⑤小規模事業者による契約において認められることが多いと考えられます。

取引上の脆弱性を有する小規模事業者等については、現行法の下でも民法及びその他の法律によって保護される余地はあるものの、立証の困難を救済し、裁判官によって判断が区々になることを回避するため、「消費者・事業者二区分法制」の下での法的支援の遺漏を補填するような包括的な立法措置が求められているというべきです。

4 情報収集の必要性

日弁連の中小企業法律支援センターが運営する「ひまわりほっとダイヤル」での統計によると、詐欺的な求人広告被害の事案に関しては、2017年1月から2025年4月までの相談件数は651件に上っており、また、「消費者的事業者相談」については2025年4月から5月までの2か月間で168件の相談が寄せられています。このようなことから、小規模事業者等が悪質商法の被害を受けている事案は、潜在的には非常に多い可能性があります。

しかし、このような小規模事業者等が受ける被害事例については、消費生活センターによる情報収集の対象にされておらず、その発生数や被害類型等に関する情報の収集・分析は、国のいずれの機関においてもなされることがないまま今日に至っています。

5 意見書の趣旨

本意見書では、取引上の脆弱性を有する小規模事業者等の被害事例について、今まで組織的な情報収集が行われたことがないことを踏まえ、適切な所管省庁の主導の下で、省庁横断的に連携して、事業者間取引における小規模事業者等の被害事例に関する情報の収集・分析を開始するよう求めています。

そして、その上で、事業者間取引の公正の確保を目的とした法制度の在り方について調査・研究を開始し、迅速・安全・円滑な事業者間取引の妨げとならないよう社会的影響に十分配慮しつつ、必要な立法措置を講ずることを求めています。

また、本意見書では、そのような法制度の調査・研究においては、特に、①訪問販売・電話勧誘販売に関する規制、②新規開業予定者の保護、③事業者間取引における不实告知取消権、④事業者間取引における不当条項規制の4点に関して、新たな制度の導入を含む積極的な検討をするよう提言しています。

6 今後の課題

これまで小規模事業者等は法的支援の谷間に置き去りにされてきており、本意見書で問題としている小規模事業者等の契約トラブルについては、いずれの省庁も直接的に取り扱うことをしてきませんでした。そのため、本意見書の実現のためには、まずは小規模事業者等の契約トラブルについての包括的な相談窓口を、国の機関において設置し、その相談を通じて情報の収集・分析を図ることが現実的であると考えます。

日弁連消費者問題対策委員会としては、日弁連中小企業法律支援センターと連携し、本意見書の実現のために国に対する働きかけをしていく予定です。

新しい消費者概念PT

鈴木耐久（兵庫県）

名古屋

SNS型投資詐欺事件における口座名義人（法人）について氏名不詳者らとともに一連の詐欺行為を行ったものと評価した高裁判決（名古屋高裁令和7年3月3日判決）（確定）

第1 事案の概要

本事例は、SNS型投資詐欺事件における口座名義人（合同会社・被控訴人）が、詐欺を含む犯罪行為に利用されることを知りながら、同人名義の預金口座（本件口座）を提供したことを理由とする損害賠償請求事件です。

なお、被控訴人代表者（外国籍）が所在不明のため、公示送達されました。

第2 原審の判断

原審は、氏名不詳者らが控訴人に金員を振り込ませて詐取した行為のうち、本件口座の振込分については、被控訴人が過失によって氏名不詳者らによる詐欺を幫助した共同不法行為責任が認められるが、本件口座以外の振込分については被控訴人に責任はないとして、請求の一部を棄却しました。

その理由として、原審は、被告（本判決の被控訴人）が氏名不詳者でないしその関係者に本件口座を使用させるに至った経緯・状況や、その際の、本件口座以外の他者の口座を使用した氏名不詳者らによる本件詐欺行為全体に対する被告の認識・予見可能性についての立証がなく、本件詐欺行為は原告（本判決の控訴人）の振込やそれに対応する氏名不詳者らの欺罔行為について個々に見れば、振込ごとに一つの不法行為として成立しているのであって、本件口座以外の他者の口座を使用した氏名不詳者らによる本件詐欺行為全体について損害賠償責任を負わせるに足りる程度の具体的な認識・予見可能性が

あるということとはできない、と述べました。

第3 控訴審の判断

本判決は、控訴人は、氏名不詳者らによる勧誘に応じて、氏名不詳者らから指示されるままに、指定された複数名義の預金口座に繰り返し送金を継続していたことが認められることから、氏名不詳者らの控訴人に対する詐欺行為は、控訴人の振込ごとに完結しているとするのではなく、取引開始から終了まで、一連の不法行為であると評価しました。

その上で本判決は、被控訴人は、本件口座を氏名不詳者らに提供して、同人らが本件口座を自由に使用できる状態にし、氏名不詳者らは多数の者から振り込まれた金員を即座に出金するなどして使用していたこと、被控訴人が化粧品の製造等の会社の目的に沿った事業活動をしていた形跡がないことから、被控訴人は氏名不詳者らに本件口座を提供し、氏名不詳者らとともに一連の詐欺行為を行い、これを詐取したものと評価しました。

第4 本判決の意義

本判決は、所在不明の口座提供者の具体的な認識の立証を被害者側に求め、また、不法行為が振込行為ごとに完結するとした原審の判断を排斥し、詐取行為を全体として一連の不法行為と捉えた上で、口座提供者の責任を肯定しており、極めて常識的かつ実態に即した評価といえます。

瀧島達哉（愛知県）

文献紹介 条解 消費者三法（第3版）—消費者契約法・特定商取引法・割賦販売法—

2021年9月に第2版が刊行されてから約4年が経過しました。高齢者被害の増大や取引のデジタル化等の取引環境変化の中で、消費者被害の解決が容易でない事案が増えています。これに対し、消費者契約法及び特定商取引法の抜本的な見直しの必要性が指摘される議論も一方にはありますが、実務家としては、まずは消費者三法の積極的な解釈・運用を通じて現在の被害救済に取り組むことが不可欠です。

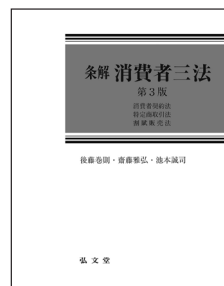
消費者契約法は、2022年6月及び12月改正の内容を詳しく紹介するとともに、この間の判例・学説の展開を幅広く取り込んだ最新の解説です（後藤巻則担当）。特定商取引法は、2021年改正によるネット通販規制強化、書面の電子化などを、改正政省令（2022年・2023年施行）とともに詳しく紹介するとともに、判例・学説・行政処分例などを

含め、全体がアップデートされています（齋藤雅弘担当）。割賦販売法は、第2版以降の法改正はありませんが、マネーリークリアード決済を利用した被害などについて、行政規制の活用を含めたこの間の解釈・運用の動きや裁判例が紹介されています（池本誠司担当）。実務に役立つ一冊だといえます。

A5判 2112頁／25,300円（税込）

発行 弘文堂

著者 後藤巻則、齋藤雅弘、池本誠司



編集後記

「消費者」性が問題となる事案の相談を受けた際に、消費者として扱うべきだと思っても、「事業者」に該当すると思えざるを得ないことがよくあります。裁判例の中には当事者間の情報の質及び

量・交渉力の格差などを踏まえて実質的に判断しているものもありますが、形式的に事業者に該当すると判断してしまっているものも多い印象です。そのため、私個人としても、3面の意見書で述べら

れているとおり、消費者に準じるような脆弱性を有する事業者に対する法的支援が必要だと感じているところです。

品谷圭佑（東京）