

# 国民生活研究

KOKUMIN SEIKATSU KENKYU

(Journal of Research on Social and Economic Life)

第65巻 第1号 2025年 7月

- [論文] SNS型消費者被害における勧誘規制と被害回復  
..... 後 藤 卷 則 ... 1
- [論文] 過払金返還請求権の消滅時効の起算点  
——契約の補充的解釈—— ..... 平 野 裕 之 ... 27
- [論文] 企業における消費者志向経営の取組とその効果に関する実証研究  
..... 佐 藤 雄一郎 ... 71
- [調査報告] 未成年者の消費者トラブルについての現況調査  
..... 狐 塚 知 子 ... 90
- [総目次] 「国民生活研究」第64巻（2024年度）総目次 .....111



独立行政法人  
**国民生活センター**



論文掲載ページ

## ご案内

### ▶▶論文等のWeb公開

当センターホームページで、「国民生活研究」に掲載した論文等を公開（無料）しています。第59巻第2号～最新号が閲覧可能です。  
どうぞご利用ください。

URL：[https://www.kokusen.go.jp/research/data/kk\\_pdf.html](https://www.kokusen.go.jp/research/data/kk_pdf.html)

◆トップページ→「ライブラリ」→「調査研究」→「国民生活研究」参照



### ▶▶「国民生活研究」（紙媒体）の販売終了

2024年3月末をもって「国民生活研究」（紙媒体）の販売はすべて終了いたしました。

### ▶▶「国民生活研究」投稿受付

本誌は論文、調査報告等の投稿を受け付けています。

投稿をご希望の方は、「国民生活研究」編集委員会（電話：03-3443-9118）にお問い合わせください。投稿要領等は、当センターホームページに掲載しています。

URL：<https://www.kokusen.go.jp/research/pdf/post.pdf>

## 相模原事務所 研修宿泊施設のご案内

当センター相模原事務所には研修宿泊施設がございます。丹沢山地を望む、緑に恵まれた閑静な環境の施設を研修やシンポジウム、グループでの勉強会、交流を図る宿泊場所などにご利用ください。

消費者団体の会合や研修会、大学・高校の勉強合宿やスポーツ合宿、企業の社員研修などにご利用いただけます。ご利用料金等は当センターホームページをご覧ください。



「国民生活研究」第 65 巻第 1 号（2025 年 7 月）

〔論 文〕

## SNS 型消費者被害における勧誘規制と被害回復

後 藤 巻 則\*

本稿では、SNS等を利用した消費者被害における勧誘規制が不十分であることを踏まえ、この場面における現行法の対応や法改正の方向を検討した上、伝統的な被害回復手段である不法行為法の活用に重要な意義があるという観点から、その一事例としてロマンス詐欺等における口座提供者の不法行為責任を検討している。

この分野における被害の予防および回復については行政規制の見直しや、クーリング・オフ、意思表示の取消し等の民事ルールの新設が必要であるが、さらに、SNS等が、国民の多くが日常的に利用するツールであること、SNS等を利用した消費者被害には、副業紹介等で被害額が比較的少額にとどまるものから国際ロマンス詐欺のような国をまたがる組織的な犯罪に及ぶものまで、その規模も種類も多様であることから、伝統的な被害回復手段である不法行為法を柔軟に適用することが重要な課題である。

本稿では、国を挙げて特殊詐欺、SNS型投資・ロマンス詐欺等に取り組んでいる現状において、不法行為法を活用することが損害発生を抑止の観点からも重要であることを論じている。

- I はじめに
- II SNS型消費者被害における勧誘をめぐる問題
- III SNS型消費者被害における被害回復をめぐる問題
- IV おわりに

---

\* ごとうまきのり（早稲田大学 名誉教授、弁護士）

## I はじめに

近年、超高齢化やデジタル化、国際化がますます進展し、消費者を取り巻く取引環境の変化に伴うトラブルが増加している。特に、オンライン取引の増加やAI技術の利活用といったデジタル化の進展に伴う取引環境の変化により消費者の利便性が高まっているが、その反面、インターネット上の取引等で用いられる手法の中には、消費者の合理的な意思決定を阻害するものもあり、消費者にとって不利益で不公正な取引につながるおそれがある<sup>1)</sup>。とりわけLINE等のSNS上の勧誘によるトラブルが多発している。

SNSが関係する消費生活相談には、SNSに表示された広告に起因するトラブル等のSNSのサイトそのものに関する相談だけでなく、SNSを介して行われる商品・サービスの取引やSNSの操作方法に関する問合せ等があるが、これらの消費生活相談の件数を年齢層別にみると、幅広い年齢層から相談が寄せられており、2019 年は 2 万 5, 119 件、2020 年は 4 万 495 件、2021 年は 5 万 909 件、2022 年は 6 万 1, 148 件であり、2023 年は 8 万 404 件と過去最多となった。特に、50 歳代、60 歳代および 70 歳以上の相談件数は、前年と比較して大きく増加している<sup>2)</sup>。

相談の内容をみると、例えば、「①SNSでの広告がきっかけとなるケース」、「②SNSでの勧誘がきっかけとなるケース」、「③SNSで知り合った相手との個人間取引のケース」などがみられる。

具体的に、「①SNSでの広告がきっかけとなるケース」としては、「SNSの広告を見てブランドのバッグを注文したが偽サイトだった」、「SNSの広告を見てスポーツシューズを購入したが、注文したものとサイズ等が異なる商品が届いた。連絡しようとしたが、サイトが既に閉鎖されていた」等の相談がみられる。

「②SNSでの勧誘がきっかけとなるケース」としては、「SNSでバイトの勧誘をされ面接に行ったところ、副業を勧められ情報商材 88 万円を契約してしまった。返金してほしい」、「SNSでFX（外国為替証拠金取引）の投資に誘われ、投資グループの助言を受けて高額投資をしたがお金を引き出せない」といった相談がみられる。

「③SNSで知り合った相手との個人間取引のケース」としては、「SNSで個人からコンサートチケットを買い代金を支払った後、連絡が取れなくなった。詐欺に遭ったようだ」、「SNSで知り合った人からスマートフォンの購入の約束をして指定された口座に代金を振り込んだが、スマートフォンは届かず連絡もつかない」といった相談がみられる<sup>3)</sup>。

上記①～③のケースで問題となる主要な点は、SNS等<sup>4)</sup>を利用した「勧誘」をめぐる問題である。しかし、そこで検討すべき課題は、勧誘の問題だけではない。SNS等を利用した勧誘により契約が成立し、消費者が代金の支払請求を受けるという場面では、例えば、

<sup>1)</sup> 令和 6 年度消費者白書（以下、「消費者白書」として引用）。44 頁。

<sup>2)</sup> 消費者白書 35 頁。

<sup>3)</sup> 消費者白書 35 頁。

<sup>4)</sup> 本稿で、「SNS等」とは、主としてSNSを意味するが、より広く下記のチャットによる勧誘が行われる場合を意味するものとして用いる。

クレジットカード等を利用した決済であれば、割賦販売法所定の諸規定が適用される。また、キャッシュレス化が進んで、決済手段が多様化し、資金決済に関する法規制が複雑化している現状においては、多様な決済手段への対応が求められる。さらに、SNS等を利用した勧誘によって、例えば、マルチ取引に引き込まれ、あるいはロマンス詐欺に遭遇したなど、取引をめぐって生ずる個々の問題については、各法分野における規制の状況等を踏まえた対応が求められる。

このように、SNS等の利用により消費者が被る被害（以下、「SNS型消費者被害」という）には多種多様なものがあるが、それらに共通する被害回復手段として、不法行為に基づく損害賠償請求を挙げることができる。SNS型消費者被害に対しては、特定商取引法が定める通信販売に関する規定が適用されることが多いが、同規定が広告規制を基本としていることから、SNS等を利用した勧誘に対して十分な対応ができないという問題がある。こうした状況下、SNS等を利用した勧誘における意思表示の取消しやクーリング・オフ権の創設などを検討することが考えられるが、伝統的な被害回復手段である不法行為法の活用を探ることに重要な意義がある。

そこで、以下では、SNS型消費者被害につき、勧誘規制をめぐる問題（Ⅱ）<sup>5)</sup>と、被害回復をめぐる問題（Ⅲ）に分けて、若干の考察を加える。

なお、意思表示の取消しやクーリング・オフ権の創設などは、正確には被害回復の問題であるが、これらについては勧誘規制との関係でⅡにおいて扱い、Ⅲにおいては、もっぱら不法行為法による被害回復を扱う。

## Ⅱ SNS型消費者被害における勧誘をめぐる問題

### 1 チャットを利用した勧誘による被害の特徴と法的対応

SNSが関係する消費者被害に特徴的なケースとして、消費者が事業者とのSNSのメッセージ等のやりとりの過程で勧誘を受け、事業者と接触した際の動機とは異なる契約の締結に至るという事例が多くみられる。デジタル化の進展に伴い、SNS等を介して消費者と事業者の接触が一層容易になり、例えば、「副業を探す」意図で事業者と接触を開始したにもかかわらず、最終的に「投資関連の情報商材」の購入に至るといったケースであり、典型例は、次のような事例である。

<sup>5)</sup> 内閣府消費者委員会において、「デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループ」が組織され、筆者も、同ワーキング・グループに参加した。同ワーキング・グループにおける調査審議の成果は、二つの報告書として公表されている（内閣府消費者委員会・デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループ報告書（令和4年8月）（以下、「消費者委員会報告書（令和4年）」として引用）および内閣府消費者委員会・デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループ報告書（チャットを利用した勧誘の規制等の在り方について）（令和5年8月）（以下、「消費者委員会報告書（令和5年）」として引用））。本稿は、上記ワーキング・グループが扱った、SNS等を利用した消費者被害における勧誘規制の制度不備を踏まえ、生じた損害の回復のための不法行為法の活用を扱うものである。そのため、本稿Ⅱの叙述は、基本的に上記二つ報告書に依拠し、その後の資料や若干の私見を加えたものであることを予めお断りする。

【事例 1】人気副業ランキングで個人名 A のアカウントの SNS にアクセスし、友達登録をした。A とやり取りをし、「簡単にお金が稼げる」と説明され、「電子書籍とサポート」を購入するように勧められた。約 2 万円をクレジットカード一括払いで決済した。その後、業者から電話があり、電子書籍の内容の説明をされると言われ、日時を予約した。

予約した日に業者から連絡があり、FX 自動売買ソフトを勧められ、副業ではなく、投資話だとわかった<sup>6)</sup>。

### （１）事例の特徴

【事例 1】は、SNS のメッセージを利用した勧誘の事例であるが、メッセージによる勧誘には、SNS のチャット機能のアプリケーションによるもののほか、SMS（ショートメッセージサービス）、ウェブ会議ツールやオンラインゲーム上のもの等もあり、これらを総称して「チャットを利用した勧誘」ということができる。

チャット(Chat)とは、本来は「おしゃべり」を意味するもので、インターネット上のシステムの定義としては、同じプラットフォーム上で ID を利用し、利用者間で「ネットワークを介してリアルタイムにメッセージを交換すること」とされており、一般的には、「インターネットにおいて、複数の利用者がリアルタイムにメッセージを送信するためのシステム」、あるいは、「はなれた場所にいる人同士がリアルタイムに短い文章のメッセージを送り合うことで、会話のようなやり取りを行うこと」といった説明がなされている<sup>7)</sup>。

このようなチャットを利用したやり取りは、口頭か文字かの違いはあれ、双方向のやり取りであり、そこでの勧誘は、電話による勧誘に近いものである。

電話勧誘販売については、突然電話がかかってくるという不意打ち性などを理由として、特定商取引法に勧誘規制の規定が置かれている。これに対して、チャットを利用した勧誘には同法の通信販売の規定が適用され、通信販売規定が広告規制を中心としていることから、チャットを利用した勧誘について十分な対応ができないという問題がある。

### （２）関係法令

#### （ア）特定商取引法

特定商取引法の規律においては、チャットを利用した勧誘を受け、それによりインターネット等により契約の申込みを行う場合は、電話勧誘行為がない限り、特定商取引法に規定する「電話勧誘販売」（同法 2 条 3 項）には該当せず、「通信販売」（同条 2 項）に該当する。

通信販売における規制としては、広告をするときの表示義務（特定商取引法 11 条）、虚偽・誇大広告の禁止（同法 12 条）などが規定されている。

電子メールやインターネット上のバナー等により広告をする場合は、その本文および本文中で URL を表示すること等により紹介しているサイト（リンク先）を一体として広告と

<sup>6)</sup> 消費者委員会報告書（令和 5 年） 6 頁。

<sup>7)</sup> 消費者委員会報告書（令和 5 年） 12 頁。

みなすこととされているが<sup>8)</sup>、SNSのメッセージ等による勧誘の場合にも、これと同様に、URLを表示すること等により紹介しているサイト(リンク先)を一体として、通信販売についての「広告」に該当すると考えられる<sup>9)</sup>。

#### （イ）消費者安全法

消費者安全法の適用も考えられる。消費者庁は、消費者事故等の発生に関する情報を得た場合に、消費者被害の発生又は拡大防止のため、消費者の注意を喚起する必要があると認めるときは、消費者被害の発生又は拡大の防止に資する情報を公表するものとされている（同法 38 条 1 項）。ここに「消費者事故等」とは、生命・身体事案に加え、「虚偽の又は誇大な広告その他の消費者の利益を不当に害し、又は消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがある行為であって政令で定めるものが事業者により行われた事態」をいう（消費者安全法 2 条 5 項 3 号）。そして、「政令で定めるもの」としては、消費者契約の締結に関し消費者を勧誘するに際して、故意の不告知、不実告知、断定的判断の提供、不退去、退去妨害等を行うこと等が規定されている（消費者安全法施行令 3 条）。

チャットを利用した情報商材等の消費者被害に関し、消費者安全法を活用し、消費者および関係事業者に対し、積極的な注意喚起を行うことも重要である。

#### （ウ）景品表示法

景品表示法は、事業者がその供給する商品や役務の取引について、一般消費者に対して、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる表示（不当表示）を行うことを禁止している（5 条）。ここで問題とされている不当な表示には、品質、規格その他の内容に関するもの（優良誤認表示）や価格その他の取引条件に関するもの（有利誤認表示）等がある（5 条）。違反した事業者に対しては、措置命令や課徴金納付命令を行うことができることが規定されている。

第三者のロコミを装うなどして、商品・サービスなどを宣伝する手法である「ステルスマーケティング」（ステマ）についても、景品表示法 5 条 3 号に基づく告示（指定告示）により、不当表示として景品表示法違反とする規制が導入され、令和 5 年 10 月から施行されている。

#### （エ）消費者契約法

消費者契約法は、事業者が消費者契約の勧誘をするに際し、消費者が事業者から不実告知等を受けて誤認し、あるいは不退去等により困惑して契約を締結した場合等における取消権を規定している（4 条）。広告も「勧誘」に当たり得る（最判平成 29・1・24 民集 71 巻 1 号 1 頁）。

消費者契約法上の不実告知等のいわゆる「誤認類型」（4 条 1 項、2 項）、「過量契約」（同条 4 項）の場合は、事業者の行為を特に物理的な場所における行為に限定していない。

「困惑類型」のうち不退去・退去妨害等（4 条 3 項 1 号～3 号）は、物理的な場所にお

<sup>8)</sup> 消費者庁ウェブサイト・特定商取引に課する法律の解説（逐条解説）（令和 5 年 6 月 1 日時点版）（以下、「逐条解説」として引用）77 頁。

<sup>9)</sup> 消費者委員会報告書（令和 4 年）21 頁。

ける勧誘があった場合に適用が限定されるが、それ以外の場合は、この限定がない。そこで、チャットを利用した勧誘について、物理的な場所における勧誘を要件とする例外的な場合以外は、消費者契約法上の取消しが考えられる。

#### （オ）民法

民法では、錯誤・詐欺・強迫に基づく取消し（95 条、96 条）のほか、不当な勧誘行為につき不法行為として損害賠償を請求することが考えられる（709 条）。

## 2 チャットを利用した勧誘と電話勧誘販売

### （１）電話勧誘販売の規制

「電話勧誘販売」には勧誘規制があり、事業者名や販売目的等の明示（特定商取引法 16 条）、再勧誘の禁止（17 条）、不実告知や故意の事実不告知の禁止（21 条）等が規定されている。また、民事規定として、クーリング・オフ（24 条）や取消権（24 条の 3）等がある。これに対して、通信販売では、特定商取引法 11 条において広告における取引条件や販売業者や役務提供事業者（以下、両者をあわせて「販売業者等」という）に係る情報の表示を義務づけ、同法 12 条において虚偽・誇大広告の禁止が定められており、こうした広告規制の対象となる。

電話勧誘販売では、販売業者等が電話をかけ又は政令で定める方法により電話をかけさせて勧誘を行う場合が対象になる（特定商取引法 2 条 3 項）。ここに「電話をかけ」とは、電話（有線、無線その他の電磁的方法によって、音声その他の音響を送り、伝え、又は受けるもの）により通話状態に入ろうとすることをいい、販売業者等が購入者等に対して電話をかけることを示している。インターネット回線を使って通話する形式（映像を伴う場合も含む。）を用いた場合であっても「電話」に該当する。通話には録音音声や人工音声によるものも含まれる。販売業者等がウェブ会議ツールを利用して、ウェブ会議を設定し、消費者に会議用 URL を送って消費者の反応を待っているような場合、ウェブ会議ツールはインターネット回線を使って通話する形式であるため、事業者が URL を送った行為が、通常、「電話をかけ」に該当するとされている<sup>10)</sup>。

通信販売においては、電話勧誘販売における上記のような勧誘に関する規制が置かれておらず、クーリング・オフや取消権も規定されていない。そのため、販売業者等が、当該取引が電話勧誘販売ではなく、通信販売に該当するとして勧誘規制を受けないことを主張することがある。次の【事例 2】がこうしたケースである。

【事例 2】副業を探すためにスマートフォンのインターネットで検索し、ヒットしたサイトにアクセスして登録した。その後、案内者のような女性とメッセージアプリでやり取りをした後、電話があり副業の説明を受けた。副業の内容は、ネット広告を作成してアップし、その広告を顧客がクリックすれば報酬が得られるというもので、ガイドブックの購入を勧められて申し込み、約 2 万円の代金を後払いで支払うことになった。

<sup>10)</sup> 逐条解説 11～12 頁。

すると、説明サイトのリンクが送られてきて、内容について詳しく説明するので電話の予約を取るように言われ予約した。予約の日時に電話があり、ネット広告作成のための複数のサポートプランがあるので選ぶよう勧誘され、約 70 万円のプランを選んだ。

電話を繋いだままメッセージアプリでサイトへのリンクが送られてきたので、サイトにアクセスし、案内されながら画面に入力し申し込んだ。代金は、送信されたリンク先で前払金として約 10 万円をキャリア決済で支払った。残額はあとで振り込むことになっている。その後、突然ブログを作るよう言われ、報酬も入らないので話が違うと思った。契約をやめたい<sup>11)</sup>。

## （２）事例の特徴

情報商材等の消費者トラブルにおいては、初めから高額契約を勧誘するのではなく、無料又は少額な情報商材等を契約させた後、その説明をするためなどと称して消費者に販売業者等からの電話連絡の予約をさせ、その電話によって高額なサポート契約等を勧誘する事例（二段階型事例）がある。

具体的には、①一段階目の契約での電話のサポートを実施すると称して、SNSで販売業者等が消費者に電話をかけることを要請し、その電話で新たな高額サポート契約等の勧誘をしたにもかかわらず、先に購入したデータ書籍（PDF等）に高額契約について価格・契約内容の記載があったから勧誘目的秘匿型の電話勧誘販売（特定商取引法 2 条 3 項、施行令 2 条 1 号参照）には当たらないと主張するケースや、②一段階目の契約に関する電話サポートを実施するとして、事業者が購入者宛に電話をかける日時を調整させ、先に購入したマニュアルに商品のカタログがあり、それを見たうえで消費者が予約をしてきた日時に電話したので電話勧誘販売の適用除外（特定商取引法 26 条 7 項）に当たると主張するケースである<sup>12)</sup>。

【事例 2】は、上記②に類似したケースである。すなわち、電話勧誘販売では、販売業者等が電話をかけ又は政令で定める方法により電話をかけさせて勧誘を行う場合が対象となるが（特定商取引法 2 条 3 項）、電話をかけるよう請求した者に対して行う販売は、電話勧誘販売の規制の対象外である（特定商取引法 26 条 7 項 1 号）。そのため、消費者が予約し、その日時に販売業者等が電話したことをもって消費者が電話をかけることを請求した場合に当たり、電話勧誘販売の適用対象外になるかどうかが問題となる。

しかし、【事例 2】では、消費者は、説明サイトのリンクが送られてきて、内容について詳しく説明するので電話の予約を取るように言われたので、予約したのであり、契約を締結するために電話をかけることを請求した場合に当たらない。そのため、【事例 2】では、電話勧誘販売としての規制が可能である。

## （３）関係法令

電話勧誘販売としては、事業者から電話をかけるものが基本ケースであるが、事業者の

<sup>11)</sup> 消費者委員会報告書（令和 4 年）15～16 頁（事例の簡略化のため、若干の修正を加えた）。

<sup>12)</sup> 消費者委員会報告書（令和 4 年）28 頁。

巧みな働きかけにより消費者が電話をかけさせられ、その電話の中で勧誘を受ける例も少なくない。こうしたケースにおいては、消費者が自発的に購入意思を形成した上で電話をかけているとはいい難く、電話をかけた段階で予期していない勧誘を不意打ち的に受けるという意味では事業者が電話をかける場合と大差はない。したがって、このような場合も、特定商取引法の「電話勧誘販売」の対象に含めて各種の保護規定を適用することが適切である<sup>13)</sup>。

こうした趣旨に基づき、特定商取引法 2 条 3 項中、「政令で定める方法」により電話をかけることを要請された場合として、同法施行令 2 条において、販売業者等が販売目的を明らかにしないで、消費者に電話をかけさせる場合等について、電話勧誘販売に該当するケースを規定している。

なお、特定商取引法 26 条 7 項 1 号において、「売買契約若しくは役務提供契約の申込みをし又は売買契約若しくは役務提供契約を締結するために電話をかけることを請求した者に対して行う電話勧誘販売」については、電話勧誘販売の規定の適用が除外されている。

しかし、電話においては、架電の容易性という特性から消費者が問合せ等の目的で気軽に販売業者等に電話をするよう請求しがちであり、「商品内容を聞きたいから電話してくれ。」と依頼したからといって直ちに契約締結しようという意思があるとまではいえず、むしろ説明を聞くために請求する場合が通常であると考えられる。したがって、ここでいう「請求」の程度は、契約の申込み又は契約の締結を明確に表示した場合、すなわち「〇〇を購入したいので、電話されたい。」などと依頼する場合、あるいは、当該事業者との平常の取引関係等から客観的にみて購入等の意思が明らかである場合に限られる<sup>14)</sup>。

### 3 チャットを利用した勧誘と第三者の関与

【事例 3】SNS に、見知らぬ A という人からコメントをもらったことがきっかけで、A の SNS を見るようになった。A の「社長についていだけでこんなにも世界が変わるんだ」、「100 万円稼いだ」などの投稿に興味を持ち、小遣い稼ぎができるならと A から教えてもらった社長の SNS にメッセージを送った。社長から、「本気で人生変えたいなら会いに来てください」、「1 週間以内に会いに来ないと契約しません」と返信があった。

何の契約なのかも知らずに事務所にし向くと、社長から、「会員専用のグループ用メッセージアプリに FX などの売買のタイミングの情報を発信するので、全員利益がでる」、「3 か月で月収 100 万円達成した人もいる」と言われ、契約金額は 110 万円と告げられた。

高額なので払えないと伝えると、80 万円はクレジットカードで決済し、30 万円は近くの ATM で預金を引き出してくるよう促され、その場で支払い、契約した。

帰宅後、会員専用の動画を見たが、稼げるような内容とは思えなかった。解約したい<sup>15)</sup>。

<sup>13)</sup> 逐条解説 12 頁。

<sup>14)</sup> 逐条解説 197 頁。

<sup>15)</sup> 消費者委員会報告書（令和 4 年）16 頁（事例の簡略化のため、若干の修正を加えた）。

### （１）事例の特徴

第三者による不当な広告やチャットを利用した勧誘においては、①消費者の意思形成過程に直接関わる「第三者」や、②検索サイト運営者、SNS運営者といった「第三者」が関与している場合がある。【事例 3】は、①のケースである。

なお、「第三者」については、販売業者等が「第三者」を装っているにすぎず、実際には販売業者等自身である場合もあると考えられる。

### （２）関係法令

#### （ア）特定商取引法

特定商取引法の通信販売の規制対象は、販売業者等である。もっとも、例えば、リース提携販売のように、「契約を締結し商品や役務を提供する者」と「訪問して契約の締結について勧誘する者」など、一定の仕組みの上での複数の者による勧誘・販売等であるが、総合してみれば一つの訪問販売を形成していると認められるような場合には、これらの複数の者は、いずれも販売業者等に該当するとされている<sup>16)</sup>。

したがって、形式的な契約当事者以外の事業者について、販売業者等に該当するとして、行政処分を行うことが可能である。

#### （イ）消費者安全法

消費者安全法では、消費者被害の発生又は拡大の防止に資する情報について、消費者への注意喚起等を行うことができる（38 条 1 項）。

#### （ウ）景品表示法

景品表示法の規制の対象は、「自己の供給する商品又は役務の取引について」不当な表示を行った事業者である。商品の販売等をしていない事業者については、自己の商品又は役務を提供しているとは認められず、景品表示法の規制対象とはならない。

他方で、例えば、アフィリエイト広告等、販売業者等が表示内容の決定に関与したと言える場合には、販売業者等が表示の主体となり、景品表示法の規制対象となり得ると考えられる<sup>17)</sup>。

#### （エ）消費者契約法

消費者契約法では、5 条において、消費者契約の締結について媒介することの委託を受けた「第三者」が 4 条に該当する行為をした場合に、消費者が契約の申込み又は承諾の意思表示を取り消すことができるとされている。

①「事業者が第三者に消費者契約の締結について媒介をすることの委託をしたこと」、②「当該第三者による 4 条に該当する勧誘行為の存在」、③「上記②により消費者が契約の申込み又は承諾に至った事実」の立証責任は、消費者が負う。

とりわけ①は、事業者と当該第三者の内部関係であり、消費者がこれを立証することは必ずしも容易ではない。そのため、4 条のみを適用して取消しを認めた裁判例もあるが<sup>18)</sup>、

<sup>16)</sup> 逐条解説 5 頁。消費者委員会報告（令和 4 年）29 頁。

<sup>17)</sup> 消費者委員会報告書（令和 4 年）30 頁。

<sup>18)</sup> 例えば、小林簡判平成 18・3・22（消費者法ニュース 69 号 88 頁）は、建物の床下補強工事契約およびその工事代金の立替払契約が締結されたが、当該工事契約の際、受注者が消費者である注文者

事業者と当該第三者の密接性が推測されるような事例に限定されるのではないかとと思われる。

（オ）民法

販売業者等と第三者の共同不法行為として、損害賠償を請求することも考えられる。

#### 4 販売業者等との連絡不能

【事例 4】SNS の広告を見て事業者に連絡を取ったところ、「不動産投資等でもうける方法を教える」と、約 25 万円の資産形成オンラインサロンを無料通話アプリで勧誘された。毎月 2 万円の分割払いで契約したが、説明と違い会員を増やせば紹介料が入るなどの内容だとわかり、支払いを中止したところ、未納料約 10 万円を請求された。

契約時に、クーリング・オフ等について記載された書面等を受け取っておらず、事業者の住所や電話番号等はわからない<sup>19)</sup>。

（１）事例の特徴

【事例 4】のように、情報商材や副業等のもうけ話について、SNS 上の投稿や広告を端緒とした、又は、SNS を利用した勧誘等による消費者トラブルに関して、契約解除や返金等を求める段階で、販売業者等の住所や電話番号等が分からないため、トラブルの解決が困難となるケースがある。マッチングアプリを介した投資に関する消費者トラブルにおいても、勧誘者と音信不通になるケースがある。

（２）関係法令

（ア）特定商取引法

特定商取引法 11 条 6 号に基づく同法施行規則では、通信販売をする場合の広告に販売業者等に係る情報に関する表示を義務付けている。これによると、販売業者又は役務提供事業者の氏名又は名称、住所及び電話番号を表示する必要がある（同法施行規則 23 条 1 号）。「氏名又は名称」については、個人事業者の場合は戸籍上の氏名又は商業登記簿に記載された商号を、法人の場合は、登記簿上の名称を記載することを要し、通称や屋号、サイト名は認められない。「住所」については、法人及び個人事業者の別を問わず、現に活動している住所（法人の場合は、通常は登記簿上の住所と同じと思われる。）を正確に表示する必要がある。また、「電話番号」については、確実に連絡が取れる番号を表示することを要するとされている<sup>20)</sup>。しかし、記載されている住所や電話番号に連絡しても、事業者との連絡が取れない事例がある<sup>21)</sup>。

そこで、事業者への連絡不能に対する対応が必要であるが、「特定電気通信による情報の

---

に対し不利益事実を故意に告げなかったという事案につき、当該注文者は、当該立替払契約をも取り消すことができるとした。

<sup>19)</sup> 消費者委員会報告書（令和 4 年）18 頁（事例の簡略化のため、若干の修正を加えた）。

<sup>20)</sup> 逐条解説 87 頁。

<sup>21)</sup> 消費者委員会報告書（令和 4 年）33 頁。

流通によって発生する権利侵害等への対処に関する法律」において、発信者情報の開示を請求できる者は、「特定電気通信による情報の流通によって自己の権利を侵害されたとする者」と規定されており（同法 5 条）、SNS を利用したもうけ話等の消費者トラブルなどは、通常、これに該当しない。また、「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」においては、SNS は基本的に取引 DPF に該当しないと考えられる<sup>22)</sup>。

そのため、「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」5 条が定める開示請求権等を参考にしつつ、チャットを利用した勧誘における「販売業者等」に相当する者についての民事上の新たな情報開示請求制度の創設を検討することが考えられる<sup>23)</sup>。

## 5 勧誘規制の方向性

### （1）チャットを利用した勧誘と電話勧誘販売の類似点と相違点

#### （ア）類似点

電話勧誘販売には、①事業者が突然かつ一方的に勧誘行為を開始する点で、不意打ち性が強い（不意打ち性）、②消費者は、相手方の素性も目的も確認できないまま会話を余儀なくされる（匿名性）、③第三者に聞かれない一種の密室状態で、口頭での勧誘を受ける（密室性）、④商品の現物や資料をじっくり見る余裕もないまま、応答を求められる（即断の慥・強要）、⑤電話の会話による契約締結が問題となるため、契約の内容や条件を正確に認識したり、確認したりすることが難しく（不確実性、非書面性）、契約の成立自体が曖昧な場合が多い（曖昧性）、⑥職場での工作中など断りにくい状況にある消費者を電話で勧誘して契約を迫ったり、断っても何度も繰り返し電話を掛けてくるため（勧誘の執拗性）、なおさら断りにくい（拒絶の困難性）、⑦電話勧誘は事業者にとっては安価で簡便な勧誘方法であり、反面、消費者は攻撃的で執拗な勧誘に晒されやすい（勧誘の簡便性・安価性）といった性質や問題点がある<sup>24)</sup>。

そのため、電話勧誘販売は、消費者が意思決定過程で不当な影響を受けやすく、消費者の意思決定が損なわれる可能性が高い取引である。そこで、特定商取引法は、電話勧誘販売について各種の規制を設け、取引の適正化を図っている。電話勧誘販売は、不意打ち的な勧誘により消費者が受動的立場に立たされ、契約締結の意思形成が不安定なまま「申込み」又は「契約の締結」を迫られる可能性が高いという点で、訪問販売に類似した問題点をもつ取引であり<sup>25)</sup>、電話勧誘販売に対する規制は、訪問販売に対する規制と類似のもの

<sup>22)</sup> SNS や検索エンジンなど、専ら広告表示を行うのみで、「場」において契約の申込みの機能を備えていないものは、取引 DPF に該当しないと説明されている。槇本英之ほか「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律の概要」NBL1202 号（2021 年）6 頁以下。

<sup>23)</sup> 消費者委員会報告書（令和 4 年）40 頁。

<sup>24)</sup> 齋藤雅弘＝池本誠司＝石戸谷豊『特定商取引法ハンドブック』（日本評論社・2019 年）218 頁。

<sup>25)</sup> 電話勧誘販売の基本型は、消費者が架電を求めたり、あらかじめ承諾していないにもかかわらず突然に自宅や職場にかかってきた電話で契約の勧誘を受ける形態の取引であり、勧誘の手段、方法が

となっている。

電話が音声の基本とし、チャットが文字を基本とすることから、電話勧誘販売における上記の①～⑦の特徴・問題点のうち、⑤の非書面性については電話とチャットで違いがあるが<sup>26)</sup>、①②③④⑥⑦の特徴・問題点は、チャットを利用した勧誘にも当てはまると考えられる。すなわち、チャットを利用した勧誘による販売にも、商品等の販売目的を明示しないで事業者の巧みな働きかけにより消費者がチャットを開始し、その中で勧誘を受けるという不意打ち性がある。また、SNSのグループは物理的・場所的な拘束はされていないが、本人のみが、メッセージを受け取り、やりとりに入り込むという点では、いわゆるSF商法と類似した一種の密室状態に近い状況が作出されている。そして、これにより、周囲の監視の目が届かないため、行き過ぎた勧誘になるおそれがあることや、消費者が応答を迫られる状況となることが考えられるなど、チャットを利用した勧誘による販売は、電話勧誘販売と類似した特徴を有している。

#### （イ）相違点

ただし、チャットを利用した勧誘の場合には、「フォロー」（特定のアカウントの活動を追うこと）や「友だち登録」等の後、相手方は消費者の反応にかかわらず、個人又は不特定多数に対して一方的に大量のメッセージを送信することができる点や、バーチャルな空間で複数人から次々と畳みかけるようにメッセージを送信することができる点等、電話とは違った特有の面がある<sup>27)</sup>。その意味では、チャットを利用した勧誘には、電話勧誘販売よりもより強く消費者の意思の形成をゆがめる側面があるといえよう。

また、利用の場面を考えてみると、メールは仕事、チャットはプライベートで使う、と使い分けて利用されることが多いことから、チャットのほうが、より相手に親しさを抱かせるとの指摘がある。そのため、チャットを利用したやり取りでは、相手の説得に応えたい気持ちが生じ、相手の誘いを断りにくくなり、消費者の意思の形成がゆがめられる可能性がある<sup>28)</sup>。

#### （２）不意打ち性に着目した勧誘規制

上記の検討からすると、チャットを利用した勧誘の最も基本的な特徴は、その不意打ち性にあると考えられる。そのため、チャットを利用した勧誘に対する規制は、この点を基

---

個別訪問によって相対で勧誘するのか（訪問販売）、電話という通信手段を用いて勧誘するのか（電話勧誘販売）の相違はあるものの、いずれも不意打ち勧誘型の取引である点で訪問販売と共通する（後藤巻則＝齋藤雅弘＝池本誠司『条解消費者三法〔第2版〕』（弘文堂・2021年）706頁〔齋藤〕）。また、販売業者等が電話をかける場合だけでなく、商品等の販売目的を明示しないで販売業者等の巧みな働きかけにより消費者が電話をかけさせられ、その電話の中で勧誘を受ける場合も上記と同程度の不意打ち性があり、この場合も不意打ち勧誘型の取引に当たる。

<sup>26)</sup> もっとも、チャットの場合にも、文字ではあるが、短文で断片的なメッセージの積み重ねであり、契約条件が一覧で確認できるわけではないこと、事業者がメッセージを削除することが可能であり、消費者側に残らない場合があることを考えると、チャットを利用した勧誘による販売にも契約の非書面性に類似した問題点がある。消費者委員会報告（令和5年）15頁注33参照。

<sup>27)</sup> 消費者委員会報告書（令和4年）24頁。

<sup>28)</sup> 消費者委員会報告書（令和5年）17頁。

本として考えるべきである。

そこで、勧誘規制の対象については、チャットを利用した勧誘のうち、不意打ち性があるものに限定し、事業者からチャットを利用した勧誘を開始するケースや、ウェブページ等により勧誘の対象となる商品等の販売目的を告げずに、消費者にチャットを開始させるケースの 2 つのケースを対象とすることが考えられる。一方、ウェブページ等により勧誘の対象となる商品等の販売目的を告げ、消費者にチャットを開始させるケースは、従来の通信販売と同様に、勧誘規制の対象外とするのが適切であろう<sup>29)</sup>。

これを前提としてチャットを利用した勧誘に対する法的対応を考えると、以下のような点を指摘することができよう。

#### （ア）勧誘に先立っての事業者名・販売目的等の明示

チャットを利用した勧誘に際して、SNS等のユーザーアカウント名に事業者の社名や屋号ではなく、個人を連想させる名称を使用したり、専門家を名乗ったりすることで、外見上事業者であるか分からないようにし、消費者に接触するケースがある。

実際にはマニュアルを販売する目的であるにもかかわらず、チャットを利用した勧誘の前段階であるウェブページ等ではその目的を告げず、チャットを利用したやり取りを続ける中でマニュアルの販売について告げるなど、事業者が真の目的を隠して消費者と接触し、勧誘を始めるケースがある<sup>30)</sup>。

訪問販売や電話勧誘販売においては勧誘に先立って、事業者名・販売目的等の明示義務が規定されているが、通信販売においては、そのような規定はない。しかし、チャットを利用した勧誘に先立って、事業者名や販売目的等を明らかにしないということは、消費者がそのような勧誘を受けるか拒否するか判断する最初の重要な機会を奪うものである。

そのため、チャットを利用した勧誘についても、訪問販売や電話勧誘販売において勧誘に先立って、事業者名・販売目的等の明示義務が規定されていることと同様に、事業者名・販売目的等の明示義務を設けるべきである<sup>31)</sup>。

#### （イ）禁止行為等の創設

訪問販売や電話勧誘販売においては、消費者被害の端緒ともいえる意思に反した勧誘を受けてしまう状況そのものから消費者を保護するという観点に立って、再勧誘を禁止するほか、不実告知や故意の事実不告知等の特に不当性の強い行為を「禁止行為」として規定し、違反者には刑事罰を科すこととしている。

チャットを利用した勧誘による販売においても、消費者の意思に反した勧誘を受けてしまう状況にあることは同じであり、訪問販売や電話勧誘販売における規制を参照し、再勧誘の禁止のほか、不実告知や故意の事実不告知等については禁止行為とするなどの行政規制を設けることが求められる<sup>32)</sup>。

<sup>29)</sup> 消費者委員会報告書（令和 5 年）18 頁。

<sup>30)</sup> 消費者委員会報告書（令和 5 年）19 頁。

<sup>31)</sup> 消費者委員会報告書（令和 5 年）21 頁。

<sup>32)</sup> 消費者委員会報告書（令和 5 年）22 頁。そのほか、適合性原則違反等について、主務大臣による改善のための行政処分である「指示」の対象行為として規制している。

### （ウ）民事ルールの創設

さらに、消費者の被害回復の観点からは、自らが自己の権利を守り、損害を回復することができるよう民事ルールについても規定することが必要である。

#### （a）取消権

通信販売による販売に関する民事ルールとしては、特定商取引法 15 条の 4 に契約の申込みの意思表示の取消しがある。しかし、これは、特定申込みをした消費者が同法 12 条の 6 に違反する表示によって誤認した場合の取消権であり、最終確認画面等の表示に関するものであるため、チャットを利用した勧誘における不実告知等には対応できない場合がある。

そのため、消費者の被害回復を容易にするため、取消権についても検討することが求められる。取消権を設けることにより、クーリング・オフ期間が経過し、クーリング・オフができない場合にも取消権を行使できることから、被害回復に資する。

チャットを利用した勧誘においては、バーチャルな空間で複数人から次々と畳みかけるようにメッセージを送信することができる。また、チャットのやりとりを進めていくうちに、焦燥感などを感じて断れなくなる、カウントダウン表示によるものや残り〇人と示させるものなどがある。

このような類型には、詐欺的・欺瞞的側面をもつものもあるが、むしろ困惑類型に当たると考えられよう。

現行の広告規制は、虚偽・誇大広告の禁止等を問題としており、困惑類型については現行の広告規制では限界がある。訪問販売や電話勧誘販売で契約の取消しを認めているのも、不実告知等があった場合（誤認類型の場合）であり、困惑類型は取消しの対象とされていない。

当面は、消費者契約法 4 条 3 項の適用が考えられるが、困惑類型への対応はチャット勧誘に関する重要な検討課題である。

#### （b）クーリング・オフ

チャットを利用した勧誘による販売においては、消費者が受動的な立場に置かれ、契約締結の意思の形成において事業者の文言に左右される面が強い。そのため、契約締結の意思が不安定なまま契約の申込みや締結に至り、後日履行や解約をめぐって紛争が生ずることが少なくない。被害回復の観点から、このような弊害を除去する必要がある。そこで、チャットを利用した勧誘には、訪問販売や電話勧誘販売と同様に、不意打ち性や密室性があることを考慮すると、契約の申込み又は締結後一定期間内は消費者が無条件で申込みの撤回又は契約の解除を行うことができる、クーリング・オフの導入を検討することが求められる<sup>33)</sup>。

### （3）勧誘規制の体系的位置づけ

チャットを利用した勧誘についての規制の設け方には、①現行の通信販売の中に規制を設ける方法のほか、②通信販売から切り出した上で規制を設けることが考えられる。そし

<sup>33)</sup> 消費者委員会報告書（令和 5 年）25 頁。

て、②の方法としては、さらに、(1)特定商取引法上の新たな類型として規制を設ける方法と、(2)特定商取引法の外に規制を設ける方法が考えられる。

チャットを利用した勧誘の特徴を考慮したうえ、悪質でない通信販売業者への過度の規制にならないためには、②(2)の方向がよいのではないと思われる。

### Ⅲ SNS型消費者被害における被害回復をめぐる問題

SNS型消費者被害からの被害回復のためには、Ⅱで検討した、現行関係法令の適用や、新たな行政規制・民事ルールの新設が必要である。しかし、行政規制は必ずしも迅速に行われるとは限らない。また、消費者自らが権利を回復するための取消権やクーリング・オフ権の行使も、SNS型消費者被害については未だ立法化されていない。こうした状況下で、現在、最も活用可能性があるのは、不法行為に基づく損害賠償請求であると思われる。

この場面での不法行為責任の追及に当たっては、SNS型消費者被害への対応が、現在、国の総力を挙げて取り組んでいる課題であることを踏まえ、損害発生を抑止機能を有する不法行為法が果たすべき役割を認識する必要がある。

SNS型消費者被害には、副業紹介等で被害額が比較的少額にとどまるものから国際ロマンス詐欺のような国をまたがる組織的な犯罪に及ぶものまで、その規模も種類も多様である。しかし、国民が日常的に使用するツールであるSNS等が、組織的な犯罪に利用されていることに注目する必要がある。政府も、特殊詐欺、SNS型投資・ロマンス詐欺およびフィッシングを対象に、総力を挙げてこの問題に取り組む施策をまとめ、「国民を詐欺から守るための総合対策」が令和6年6月18日に策定され<sup>34)</sup>、その後、令和7年4月22日に改訂されている<sup>35)</sup>。

こうした問題意識を持って、以下では、近時多発しているロマンス詐欺等に見られるような第三者の預金口座を利用して詐欺行為を実行する場合の不法行為責任の追及につき、若干の検討を加えることにしたい。

【事例5】Yは、メッセージングアプリを通じて知り合った人物（氏名等是不詳であり、現在ではYも連絡をとることができない）から頼まれ、預金口座を開設してその預金通帳やキャッシュカードを交付し、その対価として同人物から10万円受け取った。このY名義の口座は、いわゆるロマンス詐欺に利用され、Xが、複数回にわたり1,000万円を、Y名義を含む複数の預金口座に振り込んだ。Xは、Yに対して責任を追及したい。

#### 1 詐欺的勧誘と預金口座の提供

近時、チャットを利用したロマンス詐欺や、有名人広告詐欺において、自己の預金口座を提供して詐欺行為に加担した口座名義人の責任が問題とされている。

<sup>34)</sup> <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/hanzai/kettei/240618/honbun.pdf>

<sup>35)</sup> <https://www.kantei.go.jp/jp/singi/hanzai/kettei/250422/honbun-1.pdf>

すなわち、①自己名義の預金口座（預金通帳・キャッシュカード等）を提供して詐欺の実行行為に加担した者に不法行為責任を問えるか、②この責任を問えるとして、口座提供者が負う責任の範囲をどう考えるか、という問題である。

例えば、詐欺の首謀者が複数の者から預金口座の提供を受け、被害者が 1,000 万円を別名義の 10 口座に 100 万円ずつ振り込んだ場合に、口座提供者は不法行為責任を負うか、負うとして、自己の口座に被害者が振り込んだ 100 万円の範囲で不法行為責任を負うのか、それとも自己の口座に振り込まれた 100 万円を超えて被害者が振り込んだ金額全体である 1,000 万円について不法行為責任を負うのか。

このようなケースの解決につき困難を伴うのは、預金口座への振込みをさせ、被害を生じさせた詐欺の首謀者が不明なことである。被害のきっかけになったのは SNS などを経由した身元の確認がされていない者からの勧誘であり、現実には被害者（振込人）が詐欺の首謀者に対して責任を追及することができない。

しかし、こうした被害においては、被害者が振り込んだ預金口座の名義人が詐欺の首謀者の代わりに被害金を受領し移転先口座を経由するという過程を経て首謀者が金銭を詐取しており、口座名義人の関与がなければ首謀者が被害金を詐取するという不法行為（民法 709 条）を実行することは不可能であった。したがって、口座名義人が首謀者に口座を提供したことは、少なくとも不法行為の成立を容易にする行為であるといえ、幫助（民法 719 条 2 項）に当たると考えられる<sup>36)</sup>。それに加え、口座提供以外の事例も含め、過失による幫助を認めた判決は少なくなく<sup>37)</sup>、学説も、民法は刑法と異なり、原則として故意責任と過失責任を区別していないことから、過失による幫助を認めるのが通説である<sup>38)</sup>。

そこで、以下では、上記②の点を中心に検討し、①の点については必要に応じて言及することにする。

なお、口座提供者の幫助責任を検討するに当たっては、民法 719 条 2 項が、719 条 1 項との関係でどのような意義を有するかが問題となるが、これについては学説が分かれている。

<sup>36)</sup> この点につき、例えば、後掲【1－3】判決は、「自己名義の預貯金口座を他人に使用させることは原則許されず、通常の商取引又は金融取引として行われるものであるなどといった正当な理由がある場合に限り例外的に許容されるにすぎないと解される」として、口座提供者の幫助責任を認めている。なお、口座の提供には、口座を売却した場合や貸与した場合のほか、口座を詐取された場合や盗取された場合、さらには、口座提供者が自ら欺罔行為を行った場合など、種々の場合があるが、本稿では口座名義人が口座の売却や貸与など、詐欺の首謀者に有償の口座提供をした場合を念頭に置く。

<sup>37)</sup> 例えば、いわゆる原野商法について、それに用いられた土地を売却した者につき、売却を避けるべき注意義務があったとして、過失による幫助を認めた判決（大阪地判平成 6・4・22 判時 1519 号 103 頁）、レンタル携帯電話が犯罪に悪用されていることを警察からの指摘で認識していたレンタル業者が事務所外で借主と会い、具体的な使用目的を確認せず、現金払い・領収書不交付で、約 4 か月の間に合計 10 台の電話転送付き携帯電話を貸与した場合において、レンタルしたその携帯電話がデート商法詐欺に悪用された場合につき、レンタル業者に未必的な故意、それがなくとも過失による幫助があったとした判決（仙台高判平成 30・11・22 判時 2412 号 29 頁）など。

<sup>38)</sup> 大塚直編『新注釈民法（16）』（2022 年）319 頁〔大塚直〕。

すなわち、719 条 1 項前段の関連共同性を客観的共同で足りるとする伝統的多数説では、関連共同性を極めて広く捉えるため、幫助者にも大部分の場合は関連共同性が認められることになるから、719 条 1 項前段が適用され、2 項の適用はほとんどないことになり、他方で、今日の多数説では、719 条 1 項前段の関連共同性を狭く捉えるため、一見、2 項の適用の余地は広がるように見えるが、幫助は主観的要素がある場合が多いので、1 項前段の関連共同性が認められ、やはり 2 項の適用はほとんどないことになると説明されている<sup>39)</sup>。こうした理解によれば、719 条 2 項の存在意義はほとんどないことになる。

しかし、ロマンス詐欺のような事案は、詐欺の首謀者の所在が不明であるため、被害者の救済が困難であることから、詐欺の実行者でなく実行を容易にした者の幫助責任を問うものであり、口座名義人が詐欺の首謀者に口座を提供した経緯や状況について明確にすることがそもそも困難な事案である。こうした事案においては、719 条 2 項の独自の存在意義を改めて確認し<sup>40)</sup>、その適正な適用を図ることが必要である。

## 2 口座提供者が負う責任の範囲

口座提供者が負う責任の範囲については、①振込人は自己が振り込んだ口座との関係では、その口座に振り込んだ金額について被害に遭ったのであるから、口座提供者は、この範囲で加害者の不法行為を幫助したと捉える、すなわち、口座提供者は、被害者が振り込んだ金額の範囲で責任を負うと解することが考えられる（個別説）。

他方で、②加害者の欺罔行為は一連のものであり、加害者を介して、複数の口座への振り込みの指示が、並行的・連続的に行われているのであって、どの銀行口座にどれだけの金額が振り込まれるのかは、加害者の被害者への指示という偶然に左右されるものであるから、一連の詐欺行為全体について、口座提供者が幫助責任を負う、すなわち、口座提供者は、被害者が振り込んだ金額を超えて責任を負うと解することが考えられる（総額説）。

以上の 2 つの考え方のどちらに説得力があるかがここでの問題である<sup>41)</sup>。裁判例にはどちらの立場によるものもあるので、次に検討する<sup>42)</sup>。

<sup>39)</sup> 大塚編・前掲 318 頁 [大塚直]。

<sup>40)</sup> 例えば、四宮和夫『事務管理・不当利得・不法行為（下巻）』（青林書院・1985 年）799 頁は、民法 719 条 2 項は、直接行為者の不法行為の認容の要素が弱い場合、および、結果との因果関係が不確実な場合に適用されるとする。

<sup>41)</sup> ここでの問題は、SNS 型消費者被害における預金口座提供者の幫助責任であるが、口座提供者の責任を認めた判決の中には、詐欺的勧誘が SNS 等を利用せずに行われたものもある。また、口座提供者が責任を負うと判示する際に、その根拠規定を示さないものもある。しかし、これらの判決も、預金口座提供者の幫助責任を考えるにつき重要である。そのため、以下では、これらの判決を含めて検討の対象とする（必要に応じ、不法行為の加害者（実行行為者）を A、幫助者など加害者の行為に関与した者〔被告〕を Y、被害者〔原告〕を X と表記する）。

<sup>42)</sup> 最近では、個別説、総額説のほか、いわば折衷説と呼ぶべき判決も現れており、口座提供者は、各口座を提供した後に振り込まれた金額について責任を負うとする（名古屋高判令和 7・5・22 [令和 6 年（ネ）第 919 号]）。口座提供前は、口座提供者が自己名義の口座を自由に使用できる状態にしたとは認められず、詐欺の首謀者と共に一連の不法行為を行ったとは評価できないとするものである。検討に値する考え方であるが、本稿の校正時に接した判決であるため、改めて検討することにし、

### 3 詐欺行為への関与と共同不法行為の成立

（１）詐欺全体についての共同不法行為の成立を否定した判決

【１－１】東京地判平成 27・5・11LEX/DB25530048

Xは、宝くじに興味を持ち、関連するインターネットサイトからメールを受信していたが、「フロンティア」なる名称の組織から受信したメールに数字選択式宝くじである「ロト 6」に関する情報を提供することが記載され、紹介されていたウェブサイトに記載の電話番号に電話をしたことをきっかけに、「ロト 6」に関する当選情報の提供を受けるために Y らの経営する会社名義の銀行口座に金員を送金した。Xが、Yらが詐欺行為の共同不法行為者であるとして損害賠償を請求した。

判決は、「第三者に対して自己名義の本件口座 2 ないし 4 の利用を許諾した Y らは、少なくとも、許諾を受けた者がこれらの口座を利用して不正な取引を行うことによって X のような第三者に損害を加えるおそれがあることを予見すべきであったのに、漫然とこれらの口座の利用を許諾したことに過失があるというべきである。」「Y らがそれぞれ本件口座 2 ないし 4 を開設し、第三者に利用を許諾した経過において、Y らが互いに口座利用許諾について認識を共有する機会があったことを示す証拠は存在せず、Y らが利用を許諾した相手方が同一人物であったかどうか、フロンティアなる名称で本件詐欺行為を行った者(A)らが互いにどのような連関を持って活動していたか、これらの者と Y らとの関係がどのようなものであったかを示す証拠も存在しない。」「そうすると、Y らと本件詐欺行為との関係は、最終的に本件詐欺行為に利用された口座の開設に関わり、自己名義の口座の利用を第三者に許諾したこと以外にはないというほかない。」「したがって、Y らは、利用許諾した自己名義の口座を利用して行われた不法行為について、それぞれ独立の責任を負うものと解するのが相当であり、これを超えて、Y らの行為が互いに関連共同し、自らが開設に関与していない口座を利用した不法行為による損害についても責任を負うべきであるということとはできないし、このような Y らそれぞれの口座利用許諾と相当因果関係がある損害は、Y らそれぞれが開設した口座に振り込まれた金員の範囲に限られるというべきである。」とした。

【１－２】東京地判平成 28・3・23 判時 2318 号 40 頁

Xが、平成 25 年 1 月、氏名不詳者(A)からロト 6 の当選番号情報を教えるなどとする電子メールを受信し、同メールに記載された URL にアクセスして会員登録をしたところ、より確率の高い情報が得られると勧誘され、Y ら名義の銀行口座に金員を振り込んだが、一度もロト 6 に当選することはなかった。

ところで、上記に先立つ平成 24 年ころ、Y らは、自宅郵便受けに簡単な内職である旨記載されたチラシや葉書が入れられており、それを見て、連絡先に連絡し、本人確認書類の写しを提出する必要があるとの指示を受け、運転免許証などを送付し、これにより A が Y らの銀行口座を開設していた。こうした状況で、X は、Y らが A の利用した銀行口座の開設行為をしたことが幫助行為に当たり、共同不法行為が成立するとして、Y らに対して損

---

ここでは、個別説と総額説を取り上げる。

害賠償請求をした。なお、Y らには A による銀行口座の開設行為を幫助しているという認識はなかった。

判決は、「本件詐欺は、A が X を欺罔して、Y ら名義の口座に順次振込みをさせたというものであるところ、Y らが過失により A の故意による本件詐欺の実行を容易にしている範囲は、Y ら名義の口座に個々に X が振り込んだ金額の限度である。確かに X が欺罔され続け、複数回にわたって振込みを行ったため、Y ら名義の口座を含む多数の口座が本件詐欺に用いられることとなったが、本件詐欺は、X の各振込みについて個々に見れば、各振込み毎に完結しているのであるから、個々の Y らによる過失による幫助は、Y らの個々の口座が用いられた振込みの限度で A の行為と関連共同性と有するにとどまり、本件詐欺の全体につき共同不法行為が成立するものと認めることはできない」と判示した。

また、過失の認定につき、「Y らが、内職のために必要であると説明されて本人確認書類等を送付し、届いた郵便物を別の場所に転送するという内職をしているものと考えたことは、前記認定のとおりである。したがって、Y らが、金融機関における Y ら名義の口座開設手続の幫助をしていることの認識を有していたと認めることはできない。」「しかしながら、Y らは、自ら押印の上受領する必要のある書留郵便を含む、自己宛に送付される郵便物を指定された住所に転送していたものであるところ、これはその依頼者が何らかの事情により自らの住所を使用できない手続のためであることは明らかである。また、その報酬は、求められる作業に比して相当に高額なものであったことも明らかである。そうすると、Y らは、自らの行為が何らかの違法行為に使われている可能性が高いことを容易に知り得たというべきであり、それにもかかわらず、報酬を得るために転送を続け、その結果として Y ら名義の預金口座が開設され、それが本件詐欺の用に供されたのであるから、Y らには過失があるというべきである。」としている。

【1－3】東京地判令和 5・2・22 判時 2592 号 101 頁

競馬予想のプロに勧められた勝ち馬投票券を購入すると 80 ないし 100% の確率で高配当を受けられる旨の詐欺行為によって、Y ら提供の預金口座に現金を振り込んで騙し取られた。

判決は、Y らが提供した口座への各振込額を基準とする損害を算定したが、その際、「犯罪収益移転防止法の諸規定からすれば、自己名義の預貯金口座を他人に使用させることは原則許されず、通常の商取引又は金融取引として行われるものであるなどといった正当な理由がある場合に限り例外的に許容されるにすぎないと解される」とし、自己名義の預金口座の預金通帳やキャッシュカード及び暗証番号を第三者に提供する行為は「およそ通常の商取引からかい離れた、犯罪につながりかねないものであることは、社会常識として一般に明らかといえる」として、Y らは、過失により本件詐欺行為を幫助したものと認められるとした。

なお、X についても、高額の配当が得られるといった説明を信用し、利益が得られないまま漫然と振り込みを続けたことなどから、その過失は相当に重いものといえるとして、5 割の過失相殺が認められるとした。

(2) 詐欺全体についての共同不法行為の成立を認めた判決

【2-1】福岡地判平成 31・2・22 判時 2418 号 104 頁

X が、出会い系サイト（本件サイト）を利用したところ、本件サイトの運営に密接に関わっていた Y 会社らにおいて、真実は女性会員と連絡先を交換させるつもりがないにもかかわらず、これを秘し、女性会員との連絡先交換の費用等と称して X から金員を詐取したと主張して、Y 会社らに対して共同不法行為に基づき、連帯して 2,162 万円およびこれに対する遅延損害金の支払を求めた。

判決は、本件サイトの運営者について、真実は、本件サイト上でサイト利用者と女性会員との間で連絡先の交換をさせるつもりがなかったにもかかわらず、これを秘し、各種費用を支払うことでこれができるかのように装い、X において費用を支払えば女性会員と連絡先が交換できるものと誤信させ、X に本件取引をさせ、同金員を詐取したものと認定した。

次いで、本判決は、①本件サイトの運営者は、X に対して費用の支払を求める際、その都度、本件サイトの会員番号を明示して Y 会社ら名義の複数の口座に金員を振り込むように指示していたこと、②X は、本件取引の際、前記指示に基づき、各金員を Y 会社らの口座に振り込んだこと、③Y 会社らは、各口座に振込みを受けた金員について、一件を除き、即日同額の金員を引き出していること、④本件サイト運営者の不法行為において Y 会社らの振込先口座の存在が不可欠であること、⑤Y 会社らは、犯罪収益移転防止法上、第三者への有償による口座提供については罰則をもって禁じられていたところ、Y 会社らのうち 2 社は本件サイトの運営者の存在を確認した形跡もなく、運営者が実態を有するか否か明らかでないなどの事実を認定の上、本件サイト運営者と Y 会社らは、Y 会社らへの各振込みに対応する部分において、関連共同性が認められ、不法行為が成立するとした。

そして、Y 会社らが、他の Y 会社らとの間で関連共同性を有するかについて、判決は、本件サイト運営者および Y 会社らは、入金先を短期間に変更させることにより違法行為の発覚を遅らせ、口座凍結や仮差押えのリスクを分散させていたものと推測できるなどとして、Y 会社らは、本件取引について、本件サイト運営者や他の Y 会社らとの間で関連共同性を有するとして、Y 会社らの共同不法行為を認め、損害全額の賠償を命じた。

【2-2】名古屋地判令和 4・10・25 消費者法ニュース 134 号 150 頁、LEX/DB25594336

本件サイト運営者（A）らは、X に対して架空の FX 投資話を持ち掛け、X に必ず儲かると誤信させ、本件サイトに登録をさせ、本件サイトを通じて指定する銀行口座に金銭を振り込ませるといふ欺罔行為により、各金員をそれぞれ U 銀行の Y 以外の者の名義の通常貯金口座に振り込ませるなどし、合計 466 万円の損害を生じさせたとして、X が、本件サイト運営者らに対し、共同不法行為に基づき損害賠償を求めた。

判決は、Y が本件口座を本件サイト運営者らに利用させた行為は、X に対する故意又は過失による不法行為であり、本件詐欺の全体について、本件サイト運営者らの不法行為との間で関連共同性を有するものであると認めるのが相当であるから、本件サイト運営者らと Y は、本件詐欺に関し、X が本件口座に送金した 96 万円のみならず、U 銀行の通常貯金口座に送金した 150 万円および M 銀行の普通預金口座に送金した 220 万円についても共同不法行為に基づく損害賠償責任を負い、また本件についての弁護士費用は 46 万 6,000 円

をもって相当と認めるとして、Xの請求をいずれも認容した。

【2－3】東京地判令和4・1・27LEX/DB25603394

Xが、いわゆる振り込め詐欺によって複数回にわたり金員を、Y名義を含む複数の預金口座に振り込まれたと主張して、Yに対し、共同不法行為に基づき、上記金員からX名義の口座に振り込まれた額を差し引いた金額に弁護士費用を加えた損害賠償金および遅延損害金の支払を求めた。

判決は、「Xが・・・本件資産管理へ投資するとの勧誘の下に合計1,594万円を複数の預金口座に振り込まれたことにつき、詐欺として不法行為が成立する。」そして、「Yが令和3年4月頃にメッセージアプリを通じて知り合った人物（氏名等是不詳であり、現在ではYも連絡をとることができない。）から頼まれ、本件口座を開設してその預金通帳やキャッシュカードを交付し、その対価として同人物から少なくとも19万円を受け取ったこと、本件口座が上記詐欺においてXに金員を振り込ませる先の預金口座の1つとして利用されたこと、本件口座が開設されたM銀行の普通預金規定において、預金契約上の地位や預金通帳を譲渡することが禁止されていることが認められる。」「以上に加え、犯罪による収益の移転防止に関する法律28条2項によれば、相手方に他人になりすまして銀行との間における預金契約に係る役務の提供を受けること又はこれを第三者にさせること目的があることの情を知って、その者に当該預金契約に係る預金通帳、預金の引出用のカードを譲り渡し、交付した者や、通常の商取引又は金融取引として行われるものであることその他の正当な理由がないのに、有償で、これらを譲り渡し、交付した者は、1年以下の懲役若しくは百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科するとされていることなども併せ考えれば、Yが本件口座を第三者に提供した行為は、・・・Xに対する共同不法行為を構成すると認めるのが相当である」「Xは、・・・Yの共同不法行為により、本件口座を含む複数の預金口座に振り込んだ合計1,594万円から、X名義の預金口座に振り込まれた1万900円を差し引いた1,592万9,100円に、弁護士費用159万2,910円を加えた1,752万2,010円の損害を被ったと認めるのが相当である。」とした。

(3) 裁判例の検討

(a) 各判決の判示内容

以上の各判決につき、注目すべき点を以下にまとめる。

【1－1】判決によれば、口座提供者間に互いに口座利用許諾について認識を共有する機会がなかった場合には、損害全体についての責任を負わないことになる。しかし、口座の提供の場合、提供者相互が認識を共有するというケースは、ほとんどないのではないかと思われる。口座提供者に認識の共有がない場合でも損害全体についての責任を負うかどうかが問題となる。

【1－2】判決は、「自らの行為が何らかの違法行為に使われている可能性が高いことを容易に知り得たか」という点が、過失の有無の判断基準になるとし、過失による幫助を肯定している。

【1－3】判決は、Yの行為に過失があると評価する際に、犯罪収益移転防止法の規定（同法28条2項等）と「社会常識」を挙げている。

犯罪収益移転防止法によると、同法によって刑罰が課せられるのは、相手方が「他人になりすまして特定事業者…との間におけるに預貯金契約…に係る役務の提供を受けること又はこれを第三者にさせることを目的として」いたことの「情を知って」した行為に限られる。ところが、同判決では、口座提供がいかなる状況で行われたかが明確に認定されていない<sup>43)</sup>。幫助者の認識まで問うことは、現実には困難なことが少なくないことから、適切な判断と言えよう<sup>44)</sup>。口座の提供行為は、原則許されず、正当な理由がある場合に限り例外的に許容されたとした重要な判決である。

【2－1】判決は、サイト運営者の不法行為において振込先口座の存在が不可欠であることや、運営者が実態を有するか否か明かでないなどの事実を認定の上、本件サイト運営者とY会社らは、Y会社らへの各振込みに対応する部分において、関連共同性が認められ、不法行為が成立するとした上、本件サイト運営者およびY会社らは、入金先を短期間に変更させることにより違法行為の発覚を遅らせ、口座凍結や仮差押えのリスクを分散させていたものと推測できるなどとし、Y会社らは、本件取引について、本件サイト運営者や他のY会社らとの間で関連共同性を有するとして、Y会社らの共同不法行為を認め、損害全額の賠償を命じた。

【2－2】判決では、口座の取引履歴による損害の立証が行われている。原告側弁護士によると、「口座に振り込まれた金額を超えて、詐欺被害全額について責任を負うべき旨の主張をしたが、裁判所に理解されない場合に備え、振込口座の取引履歴を調査囑託により取り寄せた。…取引履歴を取り寄せなくとも、口座提供行為そのものから被害額全体に対する責任を認めてほしかったが、それについては、今後の取組み課題としたい」とされている<sup>45)</sup>。

【2－3】判決では、本件口座が開設されたM銀行の普通預金規定において、預金契約上の地位や預金通帳を譲渡することが禁止されていることや、犯罪収益移転防止法 28 条 2 項に口座提供についての刑罰規定があることを念頭に、Xが本件口座を含む複数の預金口座に振り込んだ全額についての損害賠償責任を認めている。

#### （b）詐欺全体についての賠償の可否

口座提供者の責任を被害者の振込み額に限定する判決がどのような根拠づけをしているか。これにつき、例えば、【1－2】判決は、「Yらが過失によりAの故意による本件詐欺の実行を容易にしている範囲は、Yら名義の口座に個々にXが振り込んだ金額の限度である」という点と、「本件詐欺は、Xの各振込みについて個々に見れば、各振込み毎に完結している」という点を挙げている。

<sup>43)</sup> 竹村壮太郎「判批」新・判例解説 Watch36 号 63 頁。

<sup>44)</sup> もっとも、同判決も、Yらのうち1名については、キャッシュカードとその暗証番号を記載した紙片を入れていた財布を落として紛失したのであって、第三者に口座を提供したわけではないとする主張を認め、第三者に対してキャッシュカード等を提供したとは認められないとして、幫助責任を否定しており、第三者が口座名義人の口座を使用するに至った状況が一切考慮されなくてよいとしているわけではもちろんない。

<sup>45)</sup> 岩城善之「消費生活相談員のための判例紹介」（全相協つうしん No211）。

しかし、なぜ本件詐欺の実行を容易にしている範囲がYら名義の口座に個々にXが振り込んだ金額の限度であると言えるのか、また、なぜ本件詐欺がXの各振込み毎に完結していると言えるのかについては、説得的な理由の提示を欠いているように思われる<sup>46)</sup>。

他方で、幫助者の認識の対象について、判決は、全損害についての認識ないし認識可能性を問題としているのではなく、「自らの行為が何らかの違法行為に使われている可能性が高いこと」の認識で足りるとしている（【1－2】判決）。このように抽象的な認識で足りるとされる判断は、第三者への有償の口座提供が犯罪収益移転防止法により刑事罰をもって禁じられていること（【1－3】判決、【2－1】判決、【2－3】判決）や、口座の提供がおよそ通常の商取引からかい離した、犯罪につながりかねないものであることは、「社会常識として一般に明らかといえる」という見方（【1－3】判決）を基礎に置いていると考えられる。

その意味では、「口座提供は犯罪である」という認識が社会常識となった現在の状況の下での口座提供者の責任を考えるべきである。預金口座は、他人に譲り渡すことが通常は想定されていないものであり、その提供行為自体が不法行為上厳しく評価されるべきものである。ロマンス詐欺のような事案は、口座名義人が詐欺の首謀者に口座を提供した経緯や状況について明確にすることがそもそも困難な事案である。こうした事案においては、直接行為者（本稿で問題としているケースでは詐欺の首謀者）によって惹起された結果との因果関係が不確かな場合であっても、幫助者に直接行為者とともに全部責任を負わせるものであるという 719 条 2 項の独自の存在意義<sup>47)</sup>を改めて確認し、その適正な適用を図ることが必要である。

なお、【2－1】判決は、Yらに詐欺から生ずる全部の責任を負わせる根拠規定を示していないが、口座提供者につき、詐欺サイトの運営に関与したとして共同不法行為を認めており、このような場合であれば、719 条 1 項の適用が可能であることを示した判決と言える。

#### 4 組織的詐欺と幫助者の責任

詐欺全体についての賠償を認めるかどうかにつき、より根本的な問題は、各口座における幫助がそれぞれ独立のものなのか、それとも詐欺全体の幫助と捉えるべきものなのかという点である。

交通事故などのような事実的不法行為は、行為が比較的短い時間内に一回完結で行われることが多いのに対して、取引が介在する不法行為（取引的不法行為）は、取引の勧誘から終了に至る全体を通して、反復継続して行われることが多い。また、商品先物取引事例が典型であるが、一つの行為（勧誘ないし取引受託）がその後の新たな行為の前提となり、あるいは影響し合っていることが少なくない。そのため、取引的不法行為の場合には、個々

<sup>46)</sup> 個別説は、口座提供行為と相当因果関係ないし関連共同性がある損害は、被害者が各口座に振り込んだ金額に限られるとする考え方に立脚するものかもしれない。しかし、そうであるなら、なぜそのような立脚点に立つかを説明する必要があるのではないかと思われる。

<sup>47)</sup> この点については、大塚編・前掲 319 頁〔大塚直〕参照。

の行為でなく、全体を一体の行為と評価することで被害の実態に適合的な結論が導かれることが多い<sup>48)</sup>。ここで扱っている事例も取引的不法行為のケースであり、取引的不法行為としての処理が適切である。この点につき参考となる判決として、京都地判令和 6・1・19（消費者法ニュース 140 号 240 頁、LEX/DB25597717）がある。

取引的不法行為において多く問題とされてきたのは加害者が複数の場合ではなく、単独の加害者が違法と評価される可能性がある複数の行為を重ねる場合の行為の一体的把握（いわばタテの繋がり）であるが、本件で問題となっているのは、複数の加害者の行為の一体的把握（いわばヨコの繋がり）であり、取引的不法行為における関連共同性の考え方の発展にもかかわる可能性がある問題である<sup>49)</sup>。

事案は、Xら 12 名が、自宅で発生したトイレ等の水回りのトラブルについて、ウェブサイト「水のトラブル緊急駆付隊」に記載された電話番号に電話をかけて、修理業者の派遣を依頼し、修理業者らが Xらの自宅を訪れ、Xらは、それぞれ水回りの修理に関する工事請負契約の代金として 10 万円～165 万円を支払ったというものである。

上記ウェブサイトのトップページには、「税込 1,000 円～」などと表示されており、上記のような高額な請求は、Xらにとって全く予期しないものだった。しかし、明確な説明がないまま次々に作業が進められ、もはや支払うほかない状況に追い込まれてやむなくこれを支払った。

被告は計 7 名であり、①本件ウェブサイトの「会社概要」ページに、時期を異にしつつ、「運営責任者」として記載されていた者（3 名）、②本件ウェブサイト運営する A 社および B 社の経営者（1 名）、③本件ウェブサイト上の電話番号に架電した顧客を訪問し、修理工事を行った者（3 名）の三つのグループに分かれる。

判決は、顧客を訪問して修理を行った業者について不法行為が成立するとした上、「Xらに本件各契約を締結させた行為は、本件ウェブサイト上の低廉な料金の表示を見て電話をかけた顧客に対して、修理業者として顧客宅に派遣された者が、本件ウェブサイト上の表示とは異なる高額な代金額の契約を締結させるという、一連一体で組織的に行われていた悪徳商法の一環であったと認められる」とし、被害者に対する詐欺行為が、いわば組織的詐欺によって行われたことを指摘している。

そして、「それぞれ重要な役割を果たし、相互に協力し補完する関係にあり、同被告らの行為は関連共同して行われたものと認められる」として、顧客を訪問して修理を行った業者に加えて、ウェブサイト上に「運営責任者」として記載されていた者や、同ウェブサイト運営する会社の経営者も共同不法行為責任を負うとした。

この場合に、被告同士に通謀があることを認定して共同不法行為を認めるという判断もありうるところであるが、判決は、被告相互の内部関係（不法行為全体に対する認識や果たした役割など）については詳しく立ち入ることなく、「一連一体で組織的に行われていた

<sup>48)</sup> 新注釈民法（15）〔第 2 版〕（2024 年）867～868 頁〔後藤巻則〕。

<sup>49)</sup> 詐欺行為の一体的把握という観点からは、民法 719 条 2 項ではなく同条 1 項の適用を認める余地もあろう。

悪徳商法の一環」という客観的判断基準を前面に出して、ウェブサイト上に「運営責任者」として記載されていた者や、同ウェブサイトを運営する会社の経営者の共同不法行為責任を認めている。

この判決のケースは、ロマンス詐欺等における預金口座の提供の場合とは事案が異なるが、詐欺のシステムが複数の契約によって成立している場合の共同不法行為責任については、口座提供などの各契約および各契約を利用して行われる不法行為を、詐欺全体を可能にするための一連一体のものと捉えるべきであり、個別契約ごとに損害を算定すべきではないことを判示した判決と理解できよう。ロマンス詐欺における幫助者の責任も、このような観点から考察されるべきである。

現在、国を挙げて、特殊詐欺、SNS型投資・ロマンス詐欺等に取り組んでいることや、SNS型消費者被害については、Ⅱで検討したように、制度的な不備が多く、被害回復のための課題が多いことを踏まえ、消費者の被害回復のために、組織的詐欺における詐欺関係者の責任を問題とすべきである。預金口座の提供者の責任は、この観点から捉えるべきであり、口座提供者は、一連一体の詐欺行為全体の幫助をした者として、過失相殺の余地はあるものの、詐欺全体について不法行為責任を負うと考えるべきである。その際には、詐欺全体を可能にするための一連一体の仕組みがSNSの利用によって容易になっていることを踏まえる必要がある。

口座提供の態様には各種のものがあることからすると、総額説と個別説は二者択一ではなく、口座提供者の関与の度合いに応じて、総額説による解決も個別説による解決もありうるとも考えられる。しかし、口座提供における口座名義人の認識まで問うことは、現実には困難であり、【1－3】判決に見られるように、判決も口座提供がいかなる状況で行われたかを明確に認定することなく、幫助責任を認めている。口座の提供は詐欺全体を可能にするための一連一体の仕組みを形成しており、個別説はこの実態に反する<sup>50)</sup>。

したがって、口座の売却や貸与など、詐欺の首謀者に有償の口座提供をした者は、詐欺被害の全貌を把握していない場合であっても、詐欺全体についての責任を負うと解すべきである。

#### Ⅳ おわりに

本稿では、SNS型消費者被害における勧誘規制が不十分であることを踏まえ、この場面における現行法の対応や法改正の在り方を検討した上、それらをもってしても解決困難な事例についての不法行為責任の追及を検討した。今日の詐欺のシステムは、SNSを利用して構築されていることが多く、この場面における不法行為責任の追及に当たっては、SNSの利用による被害への対応が、現在、国の総力を挙げて取り組んでいる課題であることを

<sup>50)</sup> 上記の折衷説の立場に立つ名古屋高判令和 7・5・22 も、口座提供者は詐欺の首謀者と共に「一連の詐欺行為を行い、これらを詐取したものと評価するのが相当である」と述べており、個別説の立場を否定している。

踏まえ、不法行為法が有する損害発生を抑止機能を最大限に発揮させる解釈が必要である。本稿での検討は、不法行為法の活用につき、口座提供者の責任という一事例のみを対象とするものであるが、SNS型消費者被害につきより広い場面で不法行為法の活用を考察することが次の課題である。本稿が、SNS型消費者被害の予防および被害回復についての一助になれば、幸いである。

「国民生活研究」第65巻第1号 (2025年7月)

[論 文]

## 過払金返還請求権の消滅時効の起算点

——契約の補充的解釈——

平 野 裕 之\*

消費者が貸金業者との継続的貸付の基本契約に基づき借入れ・返済を繰り返し過払金が生じていた場合、過払金返還請求権の時効の起算点は、判例(最判平 21・1・22 民集 63 巻 1 号 247 頁)によれば取引終了時と解されている。上記基本契約の契約解釈として、過払金が生じても将来の借入金債務への充当に用いる旨の合意(予約)と、充当用にプールしておくため取引終了までは過払金の返還請求をしない旨の合意を認め、後者を過払金返還請求権の時効起算の法律上の障害とするのである。これに対して、本稿は、契約解釈として上記のような合意を導くことを疑問視して、法律上の障害を問題とするのではなく、借主の過払金返還請求権の権利行使期待可能性を考慮した解決を図ることを模索した。判例に対し、事案の解決で結論を大きく変えるものではないが、法的構成を改めて見直すものである。

序章 問題提起——平成 21 年判決の確認と新たな問題

第 1 章 関連する判例の紹介・分析

- 1 平成 15 年判決、平成 19 年判決及び平成 21 年判決
- 2 平成 21 年判決の問題点

第 2 章 契約解釈という観点からの考察

- 1 立法論議における議論の成果の確認
- 2 過払金充当合意・権利不行使の合意と契約解釈論

第 3 章 時効起算点という観点からの考察

- 1 客観的起算点による 10 年の時効
- 2 権利行使期待可能性を考慮する判例
- 3 過払金返還請求権と権利行使期待可能性
- 4 権利行使の障害除去が可能な点——平成 21 年判決の独自の問題

第 4 章 取引終了の認定について——平成 21 年判決の残された問題点

- 1 取引終了時が起算点
- 2 下級審判例による新たな要件の追加
- 3 法律上の障害事由に整理できるか

終章 結び

【参考資料 取引終了をめぐる判例】

---

\*ひらのひろゆき (日本大学法科大学院 教授、慶應義塾大学 名誉教授)

## 序章 問題提起——平成 21 年判決の確認と新たな問題<sup>1)</sup>

\* 本稿では下記判例は以下のように略称し太字で表記する。

平成 15 年判決 最判平 15・7・18 民集 57 巻 7 号 895 頁

平成 19 年判決 最判平 19・6・7 民集 61 巻 4 号 1537 頁

平成 21 年判決 最判平 21・1・22 民集 63 巻 1 号 247 頁

(a) **過払金返還請求権の時効起算点** 消費者が貸金業者との基本契約に基づいて、長期にわたり借入れ・返済を繰り返し、過払金の支払が生じていた場合に、その支払毎に過払金返還請求権(不当利得返還請求権)が成立することになる。そのため、本来ならばそれぞれの債権の成立時から消滅時効(以下、「時効」と略記する)が起算されるはずである。

### (ア) 時効起算点についての民法規定の確認

① **2017 年改正前法** 2017 年債権法改正前の民法旧 166 条 1 項は、権利を行使することができる時から時効を起算し、時効期間は原則 10 年であった(民法旧 167 条 1 項)。ただ判例により、権利の性質上、債権者に権利行使が期待できない場合にはそれが期待しうるようになるまで起算しないという例外が認められていた。

② **2017 年改正法** 2017 年改正法(以下、「改正法」という)は、①債権者が権利を行使することができることを知った時から 5 年、②権利を行使することができる時から 10 年の時効へと変更した(民法 166 条 1 項)。②は、改正前の客観的起算点から 10 年という原則的時効の規律がデッドラインとして残されたものである。そして、①の判例法は明文化せず解釈に任せた。

(イ) **次々と債権が発生し時効が起算される** 借主は過払金が発生していることを知らなくても、借入れ返済を繰り返し、過払金が生じる毎にその金額につき過払金返還請求権が成立し時効が起算され、借主(過払金返還請求権の債権者)は 2017 年改正の前後を問わず、10 年で時効が完成することになる。なお、過払金の返還請求は、平成 18 年(2006 年)の判例変更により可能になったものである<sup>2)</sup>。

(b) **平成 19 年判決・平成 21 年判決** ①まず、平成 19 年判決が過払金充当合意を認め、②次いで、後述の平成 21 年判決が、過払金充当合意には、過払金を新たな借入金債務への充当の用に供するため、過払金の返還を請求しない権利不行使の合意が含まれて

<sup>1)</sup> 本稿では、判例学説を問わず、引用文に付けられた下線は全て筆者が付け加えたものであることを冒頭に断っておく。

<sup>2)</sup> 貸金業の規制等に関する法律 43 条 1 項の「債務者が利息として任意に支払った」とは、「債務者が利息の契約に基づく利息の支払に充当されることを認識した上、自己の自由な意思によってこれを支払ったことをい」うとして、「債務者が、事実上にせよ強制を受けて利息の制限額を超える額の金銭の支払をした場合には、制限超過部分を自己の自由な意思によって支払ったものということはでき」ず、利息制限法の制限超過利息の支払が無効であることは、最判平 18・1・13 民集 60 巻 1 号 1 頁等により初めて認められたものである。上記判決時から、それ以前の過払も含めて、過払金返還請求権の行使が可能になったのである。

いることを認めた。この結果、取引終了まで法律上の障害があり、取引終了時が充当され残っている過払金返還請求権の行使可能時となり時効の起算点となる。

### (c) 問題点の確認と本稿の構成

#### (7) 平成 19 年判決と平成 21 年判決の問題点の再確認

① 契約解釈として可能か 平成 21 年判決（最判平 21・1・22）後の最判平 21・3・3 判時 2048 号 9 頁は、法廷判断は平成 21 年判決と同じであるが、田原裁判官の反対意見があり、過払金充当合意と権利不行使の合意を、当事者の意思に基づかない擬制として批判する（時効を直ちに起算）。この点、契約の「補充的解釈」という観点から検討が必要である。

② 時効起算点について ①まず、権利不行使合意を擬制として認めなければ、時効の起算を否定する別の根拠づけを探さなければならない。②また、権利不行使合意を認めるとしても、消費者はいつでも取引を終了させ過払金を請求できるので、法律上の障害はないのではないかという疑問がある。

(イ) 平成 21 年判決後の取引終了の認定をめぐる争い 平成 21 年判決後も、時効の起算点とされた取引終了について訴訟上議論され、膨大な判例（本稿では、下級審裁判例を含めて判例と呼ぶ）が積み重ねられている。貸金業者が貸付停止措置を採ったが、貸付停止が一時的なものなのか取引を終了させる趣旨なのか、借主には明瞭ではないことがあるのである。そのため、法律上の障害という硬直した解決が適切なのか再度考えてみる必要がある——判例は傍論として「特段の事情」があれば例外を認めるというので、特段の事情が争われる——。本稿では、判例に反対し、時効起算点を権利行使期待可能性により解決することを模索する。

(ウ) 本稿の構成 本稿では、①過払金返還請求権の時効起算点についての判例の確認をした上で（第 1 章）、②契約解釈という観点からの検討（第 2 章）、③時効の起算点という観点からの検討（第 3 章）、そして、④「取引の終了」についての検討（第 4 章）の順で考察していきたい。なお、判例については、その分析は不可欠であるが、膨大な数の判例があり、近時のものに限定して末尾に資料として付ける形にした。その分析は第 4 章の中で行う。

## 第 1 章 関連する判例の紹介・分析

### 1 平成 15 年判決、平成 19 年判決及び平成 21 年判決

#### (1) 過払金の充当

##### (a) 過払金の弁済時の他の債務への充当の意思表示——平成 15 年判決

(7) 借主の通常の意味 平成 15 年判決は、「同一の貸主と借主との間で基本契約に基づき継続的に貸付けとその返済が繰り返される金銭消費貸借取引においては、借主は、借入れ総額の減少を望み、複数の権利関係が発生するような事態が生じることは望まないのが通常と考えられる」ことを根拠に、次のような充当を導いている。

(イ) **他の債務への充当の推認** 上記のことから、「弁済金のうち制限超過部分を元本に充当した結果当該借入金債務が完済され、これに対する弁済の指定が無意味となる場合には、特段の事情のない限り、弁済当時存在する他の借入金債務に対する弁済を指定したものと推認することができる」という<sup>3)</sup>(最判平 15・9・11 集民 210 号 617 頁も同様)。弁済充当という借主の意思表示の解釈であり、弁済当時の債務が充当の対象である。

(b) **過払金の将来の借入金債務への充当合意(相殺予約)——平成 19 年判決**

(ア) **過払金は充当合意により将来の債務の充当用にプールされる** ①「弁済によって過払金が発生しても、その当時他の借入金債務が存在しなかった場合には、上記過払金は、その後に発生した新たな借入金債務に当然に充当されるものということはできない」。②しかし、「少なくとも、当事者間に上記過払金を新たな借入金債務に充当する旨の合意が存在するときは、その合意に従った充当がされる」という。借主の充当の意思表示では将来の債務との一方的充当はできないため、**平成 15 年判決**とは異なり、当事者の「合意」(充当予約)に依拠した<sup>4)</sup>。

(イ) **事例へのあてはめ——将来の貸金債務への充当合意(予約)を認める**

① **契約内容の確認** 「本件各基本契約において、Xは借入限度額の範囲内において 1 万円単位で繰り返し Y から金員を借入れることができる、借入金の返済の方式は毎月一定の支払日に借主である X の指定口座からの口座振替の方法によることとされ、毎月の返済額は前月における借入金債務の残額の合計を基準とする一定額に定められ、利息は前月の支払日の返済後の残元金の合計に対する当該支払日の翌日から当月の支払日までの期間に応じて計算することとされていた」<sup>5)</sup>。

② **契約解釈による将来債務への充当の合意の認定**

i **充当の対象たる各借入金債務ではなく全体の借入金** 1 万円単位で繰り返し金員を借入れるが、「本件各基本契約に基づく債務の弁済は、各貸付けごとに個別的な対応関係をもって行われることが予定されているものではなく、本件各基本契約に基づく借入

<sup>3)</sup> なお、「法 1 条 1 項及び 2 条の規定は、金銭消費貸借上の貸主には、借主が実際に利用することが可能な貸付額とその利用期間とを基礎とする法所定の制限内の利息の取得のみを認め、上記各規定が適用される限りにおいては、民法 136 条 2 項ただし書の規定の適用を排除する趣旨と解すべきであるから、過払金が充当される他の借入金債務についての貸主の期限の利益は保護されるものではなく、充当されるべき元本に対する期限までの利息の発生を認めることはできない」と、貸主の期限の利益は保護されない。

<sup>4)</sup> 充当は弁済時に存する複数の債務のどの債務に弁済をしたのかを定めるものであり、明確に弁済対象たる債務を指定したのに、その債務がない場合に他の債務の弁済として有効とするのは、民法 488 条の充当ではない。民法 489 条の法定された充当の規律を債務者が充当指定により変更することはできず、例えば元本への弁済と指定されても無効で、利息に充当されるように一種の無効行為の転換である。それを更に、無効な分は将来生じる債務への充当——弁済充当であれば、成立と共にではなくその弁済期に——充当するためにプールしておいてもらうことになる。それを合意で行なうので、充当予約になる。さらにいうと、弁済と同時の充当ではなく、一度過払金返還請求権が成立するのであり、実質的には相殺予約——とそれこそ契約解釈ができる——である。

<sup>5)</sup> 限度額まで何度でも借入れが可能であり、何度もの借入れが想定されており、借入れ毎に複数の貸金債権が成立するのではなく、1 つの貸金債権が成立しそれが増減するものであり、預金債権に近い。

金の全体に対して行われるものと解されるのであり、**充当の対象となるのはこのような全体としての借入金債務である**」。

ii **過払金が生じた場合** 「そうすると、本件各基本契約は、同契約に基づく各借入金債務に対する各弁済金のうち制限超過部分を元本に充当した結果、**過払金が発生した場合**には、上記過払金を、①弁済当時存在する他の借入金債務に充当することはもとより、②弁済当時他の借入金債務が存在しないときでもその後に発生する新たな借入金債務に充当する旨の合意を含んでいるものと解するのが相当である」（①②は追加<sup>6)</sup>。

## (2) 権利不行使の合意を認定し取引終了時に時効起算——平成 21 年判決

平成 21 年判決は、平成 19 年判決が認めた**過払金充当合意(予約)**に、取引終了までの個別的な権利不行使の合意が含まれるとして、**取引終了まで過払金返還請求権の時効の起算を否定した**。下級審判例は分かれていたが、最高裁が判例を統一したのである<sup>7)</sup>。その後、最判平 21・3・3 判時 2048 号 9 頁と最判平 21・3・6 集民 230 号 209 頁も同様の判断を示すが、最判平 21・3・3 には田原裁判官の反対意見が付されている。

(a) **事実関係の概要** 貸主である Y と借主である X は、1 個の基本契約に基づき、昭和 57 年 8 月 10 日から平成 17 年 3 月 2 日にかけて、継続的に借入れと返済を繰り返す金銭消費貸借取引を行った。上記の借入れは、借入金の残元金が一定額となる限度で繰り返し行われ、また、上記の返済は、借入金債務の残額の合計を基準として各回の最低返済額を設定して毎月行われるものであった。

### (b) 時効の起算点についての判断

#### (ア) 基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引の終了時

① **過払金充当合意** 上記基本契約は、基本契約に基づく借入金債務につき利息制限法 1 条 1 項所定の利息の制限額を超える利息の弁済により過払金が発生した場合には、「**弁済当時他の借入金債務が存在しなければ上記過払金をその後に発生する新たな借入金債務に充当する旨の合意（以下「過払金充当合意」という。）を含む**」ものと解されている（平成 19 年判決を確認する）。

#### ② 終了まで権利行使をしない特約

i **取引が続いている限り充当精算が予定されている** 「このような過払金充当合意においては、**新たな借入金債務の発生が見込まれる限り**、過払金を同債務に充当することとし、**借主が過払金に係る不当利得返還請求権（以下「過払金返還請求権」という。）を行使することは通常想定されていないもの**というべきである」。

<sup>6)</sup> なお、平成 19 年判決とは異なり、基本契約がない場合でも、貸付・弁済が長年繰り返されていた事例でも充当合意が認められている（最判平 19・7・19 金判 1278 号 57 頁）。この場合の取引終了は大いに問題になる。

<sup>7)</sup> それまでの判例・学説の議論については、中村心「判例解説」『最高裁判所判例解説民事篇平成 21 年度』（法曹会・2012）81 頁以下参照。

ii 権利不行使の特約を認める 「したがって、一般に、過払金充当合意には、借主は基本契約に基づく新たな借入金債務の発生が見込まれなくなった時点、すなわち、基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引が終了した時点で過払金が存在していればその返還請求権を行使することとし、それまでは過払金が発生してもその都度その返還を請求することはせず、これをそのままその後発生する新たな借入金債務への充当の用に供するという趣旨が含まれているものと解するのが相当である」

③ 特約は法律上の障害になる 「そうすると、過払金充当合意を含む基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引においては、同取引継続中は過払金充当合意が法律上の障害となるというべきであり、過払金返還請求権の行使を妨げるものと解するのが相当である」とする。

(c) 借主が契約を解除できる点は考慮せず 「借主は、基本契約に基づく借入れを継続する義務を負うものではないので、一方的に基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引を終了させ、その時点において存在する過払金の返還を請求することができるが、それをもって過払金発生時からその返還請求権の消滅時効が進行すると解することは、借主に対し、過払金が発生すればその返還請求権の消滅時効期間経過前に貸主との間の継続的な金銭消費貸借取引を終了させることを求めるに等しく、過払金充当合意を含む基本契約の趣旨に反することとなるから、そのように解することはできない」(最判平 19・4・24 民集 61 巻 3 号 1073 頁、最判平 19・6・7 集民 224 号 479 頁を参照として引用する)。

(d) 結論 「したがって、過払金充当合意を含む基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引においては、同取引により発生した過払金返還請求権の消滅時効は、過払金返還請求権の行使について上記内容と異なる合意が存在するなど特段の事情がない限り、同取引が終了した時点から進行するものと解するのが相当である」。

## 2 平成 21 年判決の問題点

### (1) 平成 21 年判決の注目点

(a) 過払金の充当・返還請求しない旨の合意 平成 21 年判決の注目点は、過払金充当合意を認めた平成 19 年判決に、新たに時効起算点の判断をなすため、権利不行使の合意を追加した点である。即ち、「過払金が発生してもその都度その返還を請求することはせず、これをそのままその後発生する新たな借入金債務への充当の用に供するという趣旨が含まれている」と、平成 19 年判決にはなかった上記下線部を追加したのである。

### (b) 時効の起算点——権利不行使の合意を法律上の障害と認める

(7) 時効の起算点 平成 21 年判決は、「借主は基本契約に基づく新たな借入金債務の発生が見込まれなくなった時点、すなわち、基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引が終了した時点」を、時効が起算される時点とした。過払金充当のために権利行使しないことが合意されているのであり、もはや新たな過払金が発生しないことが確定した

時点で、権利不行使の合意の効力が失われ、過払金の返還を請求できるようになり時効が起算されることになる。

(イ) 法律上の障害 「過払金充当合意を含む基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引においては、同取引継続中は過払金充当合意が法律上の障害となる」と、明確に法律上の障害と認めている。正確に言えば、過払金充当合意に含まれる過払金が発生しないことが確定するまでの個別の権利不行使の合意が、法律上の障害になる。

(ウ) 借主はいつでも解除して取引を終了させることができる点

① 取引終了はないがいつでも解除して返還請求ができる 「借主は、基本契約に基づく借入れを継続する義務を負うものではないので、一方的に基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引を終了させ、その時点において存在する過払金の返還を請求することができる」。そうすると、いつでも基本契約を終了させて過払金の返還請求ができるのではないかと、だとするといつでも権利行使可能なのではないかという疑問がある。

② 解除するかどうかの選択権の保障——解除が必要 この点、平成 21 年判決は、「それをもって過払金発生時からその返還請求権の消滅時効が進行すると解することは、借主に対し、過払金が発生すればその返還請求権の消滅時効期間経過前に貸主との間の継続的な金銭消費貸借取引を終了させることを求めるに等しく、過払金充当合意を含む基本契約の趣旨に反することとなるから、そのように解することはできない」と判示する。その際、後述の自動継続定期預金についての判例(最判平 19・4・24 民集 61 巻 3 号 1073 頁、最判平 19・6・7 集民 224 号 479 頁)が援用されている。権利行使をするかどうかの自由が認められており、時効の起算はそれを奪うのに等しいという理由である。

## (2) 再度の検討課題の確認

(a) 契約の解釈が決め手 過払金充当合意には基本契約の終了までは、過払金の発生可能性がある限り、個別に返還請求をするのではなく充当処理をして、過払金の発生の可能性がなくなったことが確定して、その時点で残されている過払金返還請求権を初めて行使するという合意がされているということが解決の出発点である。しかし、契約書にはそのような条項は一切認められず、契約解釈としては、いわゆる補充的解釈になる。果たして、裁判所はこのような契約内容の補充ができるのであろうか。

(b) 別の解決も可能

(7) 平成 21 年判決を前提にした問題点 契約解釈として上記のように解すると、取引終了が起算点になるため、2つの問題が生じる。

### 【契約解釈以外の問題点】

- ①借主は「いつでも解除して契約を終了させ、過払金の返還請求ができる」ため、いつでも過払金返還請求権の行使ができることにならないか。
- ②起算点である取引終了の認定は容易ではない。

①については、平成 21 年判決は、自動継続定期預金についての判例を引用してこれを否定したが、この検証が必要になる。②については、貸主が解除までしているのか、一時的な貸付の停止処分にすぎないのか必ずしも明確ではないため、問題になるのである。これは第 4 章で扱う。

(イ) 時効起算について別の法理の可能性 過払金充当合意の認定には、後述田原反対意見がある(時効起算)。他方で、法律上の障害ではなく、むしろ権利行使の期待可能性を問題にすべきであったという評価もある(時効を起算しない結論は同じ)<sup>8)</sup>。即ち、過払金発生時における権利行使が期待出来ず、「過払金返還請求権の消滅時効の起算点は、新たな借り入れが行われないことが確定し、権利行使が現実期待出来るようになった時点、すなわち継続的金銭消費貸借取引の終了時である」という意見がある<sup>9)</sup>。この検証が必要になり、これができるということになれば、【契約解釈以外の問題点】②の問題も併せて平成 21 年判決といずれがよいのか改めて比較検討がされるべきである。

次章では、まず契約解釈として可能なかどうかを検討してみたい。

## 第 2 章 契約解釈という観点からの考察

### 1 立法論議における議論の成果の確認

#### (1) 民法改正研究会案

民法(債権法)改正検討委員会は、次のように、契約解釈を 3 つに類型化して、契約解釈規定の立法提案をしていた。

#### 【民法改正研究会案】

【3.1.1.40】(本来的解釈) 契約は、当事者の共通の意思に従って解釈されなければならない。

【3.1.1.41】(規範的解釈) 契約は、当事者の意思が異なるときは、当事者が当該事情のもとにおいて合理的に考えるならば理解したであろう意味に従って解釈されなければならない。

【3.1.1.42】(補充的解釈) 【3.1.1.40】および【3.1.1.41】により、契約の内容を確定できない事項が残る場合において、当事者がそのことを知っていれば合意したと考えられる内容が確定できるときには、それに従って解釈されなければならない。

【3.1.1.43】(条項使用者不利の原則) 省略

日本民法のように何らの規定も置いていないのは異例であり、「少なくとも基本原則に相当するものは明文化すべきである」が<sup>10)</sup>、諸立法のような細かな解釈原則まで規定することはしない。日本では細かな解釈方法は重視されておらず、その内容についても共通の理

<sup>8)</sup> 石松勉「過払金返還請求権の消滅時効の起算点について」福法 54 巻 1 号(2009)151 頁。

<sup>9)</sup> 香川崇「判批」法時 81 巻 11 号(2009)126 頁。松久三四彦「判批」金判 1336 号(2010)76 頁も、法律上の障害ではなく、客観的事実上の障害に当たるといふ。

<sup>10)</sup> 民法(債権法)改正検討委員会編『債権法改正の基本方針(別冊 N B L 126 号)』(商事法務・2009 年)122 頁以下。

解が確立しているとは言い難いことがその理由である<sup>11)</sup>。

(a) 表示がある場合——意思の探求・規範的解釈 ①【3. 1. 1. 40】は、当事者の共通の意思を基準にするという準則であり、「現在では通説と目されるほか、他の立法例等でも、おおむね同様の原則が採用されている」と説明されている。②契約で合意内容について、当事者の理解(意思)が異ならないし理解が明らかではない場合には、【3. 1. 1. 41】により解釈される。伝統的には表示の客観的な意味を探求するということがいわれるが、契約締結の際の具体的なコンテキストの中で、当該当事者に視座を据えて、その当事者が合理的に考えるならばどのように理解するのかという基準を採用したということである。

(b) 表示がない場合——補充的解釈 【3. 1. 1. 42】は「補充的解釈」と題して、【3. 1. 1. 40】と【3. 1. 1. 41】により契約の内容を確定できない事項が残る場合において、契約解釈の名の下に裁判官による契約内容の補充を認めるものである。「契約は、当事者がみずからの法律関係を形成するために行うものである以上、その当事者が知っていれば合意したと考えられる内容が確定できるときには、それを尊重することが制度の趣旨に合致する」と説明されている。

## (2) 法制審の民法改正中間試案

(a) 民法改正中間試案の内容 民法(債権法)改正中間試案では、契約解釈につき以下のような規定を置くことが提案された。民法改正研究会案の提案をほぼ受け継いだ内容である。

### 【民法改正中間試案】

- 1 契約の内容について当事者が共通の理解をしていたときは、契約は、その理解に従って解釈しなければならないものとする。
- 2 契約の内容についての当事者の共通の理解が明らかでないときは、契約は、当事者が用いた文言その他の表現の通常の意味のほか、当該契約に関する一切の事情を考慮して、当該契約の当事者が合理的に考えれば理解したと認められる意味に従って解釈しなければならないものとする。
- 3 上記 1 及び 2 によって確定することができない事項が残る場合において、当事者がそのことを知っていれば合意したと認められる内容を確定することができるときは、契約は、その内容に従って解釈しなければならないものとする。

<sup>11)</sup> ハイン・ケッツ[潮見佳男/中田邦博/松岡久和/長野史寛監訳]『ヨーロッパ契約法（第 2 版）』（法律文化社・2024）160 頁は、フランスにおける契約解釈について述べた、ケッツ 160 頁の次の言葉は示唆的であり的確である。フランス民法には後述のような細かな基準があるが、それが厳密には機能はしておらず、裁判官のどういう解決が一番妥当なのかという「裁判官の経験に基づいた勘」で判断されるに等しい。

「フランスの判例を見てみると、裁判官は解釈基準とは無関係にまず結論を出した上で、それを根拠づけるのに適切と思われる解釈準則を後から探し出してきているような印象を受ける。そのため、かつてのフランス民法に見られた手の込んだ解釈準則が近時の改正で冷遇されたのは、当然の結果と思われる」。

(注) 契約の解釈に関する規定を設けないという考え方がある。また、上記 3 のような規定のみを設けないという考え方がある。

(b) **法務省による中間試案の趣旨説明** 法務省による「民法改正中間試案の補足説明」(2013 年)は、従前の判例を明文化することを意味し、判例変更を意味するものではないと断り、以下のように解説している(以下の引用頁数は本資料の頁数である)。

(ア) **本文 1 について(当事者意思の探求)** 本文 1 については、「契約の内容についての理解が当事者間で共通している場合における契約解釈の原則を定めるもの」であり、「契約解釈に関する最も基本的な原則を明文化するものである」(359 頁)。

(イ) **本文 2 について(規範的解釈)——「当事者」とした点について** 本文 2 は、「当事者の共通の理解が明らかでない場合」の契約解釈を定めるものであり、これには、①「当事者が用いた表現を共通の意味で理解していたかどうかが明らかでない場合」、②「当事者が用いた表現について異なる理解をしていたことが明らかである場合」が含まれる(362 頁)。

① **客観的解釈ではない** 「当事者が契約をした趣旨や目的とは離れてその表現が一般的にどのような意味で理解されていたかを探求するのではなく、契約の趣旨・目的に沿って当事者が用いた表現の意味を確定することが契約制度の趣旨に合致すると考えられる」。

② **当事者を基準とした規範的解釈(合理的解釈)** 「契約目的や当該契約に至る交渉の経緯などを踏まえ、その状況の下で、その表現をどのように理解するのが当該契約の当事者にとって合理的であったかを基準とすべきである」。「できる限りその契約の趣旨や目的に即した法律関係を形成するため、同種の合理的な人ではなく当該当事者を基準として、……その当事者が合理的に考えればどのようにその表現を理解するのが合理的かを問題とする」(362 頁)。

(ウ) **本文 3 について(補充的解釈)** 本文 3 は、「本文 1 及び 2 によっても契約内容を確定することができない事項が残る……場合における契約解釈(いわゆる補充的解釈)の基準を取り上げるものである」(359 頁)<sup>12)</sup>。「当事者がある事項について特に合意をしていないことなどによってその事項について内容を確定することができない場合」、「それが付随的な事項であるときは契約の成立自体は認められ」、「その事項について契約内容を補充することが必要になる」(363 頁)。

① **当該当事者を基準とした規律** 「契約内容を確定することができない事項が残る場合」の、「慣習、任意規定、条理などを適用することによって当事者の法律関係を明らかにするという方法」は、「同種事案についての一般的な場面を想定して形成されてきたルー

<sup>12)</sup> 日本では、契約解釈(規範的解釈)と裁判官による契約内容の補充(補充的解釈)とは、意識的に区別されずに運用されてきた。山本敬三教授によりドイツ法が紹介され、日本でも議論されるようになっていた(山本敬三『契約解釈の構造と方法 1』(商事法務・2024))、裁判実務は依然として混沌としている。細かい規則を作りそれに縛られるよりも、結果の妥当性の実現が至上命令であり、そのための手段は曖昧であった方がやりやすいといえる。

ルである。「当事者の意思にできるだけ即して補充を行うという観点から、本文 3 では、契約内容を確定することができない事項が残っていることを当事者が知っていればその事項についてどのような合意したと考えられるかをまず検討し、このような合意をしたであろうという内容を確定することができるときは、それに従って契約内容を補充する」(363 頁)。

② 本文 3 に批判的な立場 本文 3 に対して、①「当事者の仮定的な意思を事後的に認定することが実務的に困難であるとの指摘」、②「当事者の仮定的意思に従って解釈するという考え方が実務的にも学説上も確立したものとして受け入れられている訳ではないとの指摘」などがある(364 頁)<sup>13)</sup>。

(c) 改正規定導入を断念し判例に委ねた 民法改正にあたっては上記の検討がなされたが、「そもそも契約解釈に関する規律を設けるべきではないという考え方がある。まず、契約の解釈に関する規律を設けると個々の事案に応じて柔軟にされるべき契約解釈という作業の硬直化を招くことになるから、事案ごとの個別の解釈に委ねるのが相当であるという指摘がある」ことなどから、最終的に明文文化は断念された(364 頁)。

### (3) 検討及び過払金問題へのあてはめ

#### (a) 比較法の一瞥

(7) 契約解釈ではなく裁判官による契約内容の補充 ドイツでは補充的「解釈」と呼ばれているが、イギリス法では「黙示的条項」と呼ばれ、契約解釈の一般準則とは関係ないものと考えられている。契約の「欠缺」の補充であり、国際的なモデル準則では、契約解釈ではなく、「契約の内容」の章に定められることが多いといわれる<sup>14)</sup>。日本では、契約解釈と位置付けて当事者の意思の探求により、契約内容を明らかにする作業という運用がされてきたが(黙示の意思表示、意思の推定)、裁判官による契約内容の「補充」と直截に理解し、契約解釈から切り離すべきである。

(i) 補充的解釈において考慮される事情 UNIDROIT4-8 条は、「契約の当事者が、双方の権利義務の確定にとって重要な条項について合意していないときは、当該状況のもとで適切な条項が補充されなければならない」(1 項)、「何が適切な条項であるかを判断するにあたっては、他の要素とともに次の各号に定める要素が考慮されねばならない」として、①当事者の意思、②契約の性質及び目的、③信義誠実及び公正取引、④合理性(2 項)を列挙する。

<sup>13)</sup> 日本でも、(3) (a) (7) のように、契約「解釈」と位置付けて当事者の意思の探求により、契約内容を明らかにする作業という運用がされてきたが、裁判官により契約内容の「補充」と直截に理解し、契約解釈から切り離すべきである。ただ、そうすると悩ましいのが、日本の民法には裁判官に契約内容の「補充」権限を認める規定がないということである。

<sup>14)</sup> ケッツ・前掲書 163～164 頁。

# (ウ) 参考までの DCFR(ヨーロッパ私法の原則・定義・モデル準則)

**① 精緻な基準が設定される** DCFR は、①まず契約解釈につき、④当事者の意思に従って解釈がされるべきものとし(Ⅱ-8:101 条(1)項)、⑤当事者の一方が表現に特別の意味を与える意思を有していた場合、相手方がそれを知り又は知りえた場合には、その意思に従って解釈され(同(2)項)、⑥以上で決められない場合には、合理的な者であれば、その表示に与えたであろう意味に従って解釈される(同(3)項)。その場合の解釈において考慮される事情として、契約が締結されたときの事情、当事者の行為などを、契約の性質、慣習、信義誠実や取引の公正と共に考慮すべきものとされる(Ⅱ-8:102 条(1)項)。②他方、当事者が契約で定めた表示の解釈とは別に、当事者が定めなかった事項については、何ら定めがないので表示の解釈によることはできず、裁判所は、契約の性質及び目的、契約が締結された際の事情、信義誠実や取引の公正を考慮して黙示的条項を付加することができる(Ⅱ-9:102 条(2)項)。

**② 客観的解釈で考慮される事由** 「前 2 項の意思のいずれかを証明することができないときは、契約は、当事者と同種の合理的な者が同じ状況のもとでその契約に与えるであろう意味に従って解釈されなければならない」(5.101 条 3 項)。そして、5.102 条(考慮すべき事情)として、「契約の解釈にあたっては、特に、次に掲げる事情を考慮しなければならない」とし、以下の 7 つの事由を列挙する。

## 【客観的解釈で考慮されるべき事由】

- ①「契約締結時の諸事情。契約締結準備段階の交渉を含む」
- ②「両当事者の行為。契約締結後のそれを含む」
- ③「契約の性質および目的」
- ④「類似の条項において両当事者がすでに与えた解釈、および当事者間で確立されている慣行」
- ⑤「当該取引活動において条項や表現に一般に与えられている意味、および、類似の条項にすでになされてきた解釈」
- ⑥「慣習」
- ⑦「信義誠実および公正取引の原則」

## (b) 日本法における解釈

(ア) **規定がない** 裁判官に契約内容の補充権限を直截に認める規定があれば、その規定を根拠に、裁判官により契約内容が補完されることになる。ところが、日本の民法には裁判官に契約内容の「補充」権限を認める規定がない。一切立法府に任せるのは限界があり、裁判所による判例法による臨機応変な法創造が必要である。この点、姑息な方法であるが、契約解釈という曖昧な説明で問題を解決するしかなく、実際には、規範的解釈との区別はされることなく契約解釈の名で認められ運用されているといつてよい<sup>15)</sup>。

<sup>15)</sup> 表示の規範的解釈と表示が欠けている場合の契約内容の補充(補充的解釈)とは、理念的には区別できるが、当事者の明確な合意が認められない契約内容を、解釈名目で補完する作業であり、同じ

## （イ） 補充的解釈の要件と内容

**① 補充的解釈の要件** ①補充的解釈の要件は、民法改正中間試案では、他の契約解釈基準では契約内容を確定できない場合という、消極的要件だけである（いわば補充性）。この点、契約解釈による補充は、条文の類推適用、拡大解釈等実定法規定の解釈による拡張・制限ができない場合の最終手段とされるべきである。なお、規範的解釈も補充的解釈も、いずれも実質は法創造であり、その内容に差はないと考えるべきであり、いずれか明確ではないことが多いことに目くじらを立てる必要はない。

### ② 補充的解釈の 2 つの内容

**i 前提としての一般規範の想定** 補充的解釈は、要するに、任意規定を置けばその任意規定の適用になるが、任意規定がないため、判例法により任意規定を立法するのに等しい。従って、そこで考慮されるべきは、任意規定の立法論である——基準は立法をするのと同じ——。ところが、訴訟では個別事案の解決が求められるため、一般規範を確定せずに（宣言せずに）、事案へのあてはめだけを宣言することが多い。その場合、一般規範は、判例の分析により明らかにする必要がある。

**ii 事案への適用（個別事案の解決）** 補充的解釈で具体的な「当事者」またその具体的な締結状況の考慮を求めるのは、補充的解釈においては、個別訴訟では事案への i の規範のあてはめが宣言されるからである。このように、補充的解釈という作業には、①前提たる実質的な任意規定の定立を前提として——上記のように一般論を述べず曖昧にされるのは、事案解決を任務とする裁判官であるので致し方ない——、②個々の事例への適用による具体的事例の解決がなされるのである。

**（ウ） 補充的解釈についての判例について** 判例は、規範的解釈と補充的解釈の区別を明確に行っておらず、当初、当事者の「意思」を問題としていたが、我妻博士による客観的解釈が提案されてからは、契約の「趣旨」や当事者の「合理的意思」（「通常の合理的意思」）を基準とするようになり、当事者の意思の合致が認定できない場合に、客観的解釈（近時の用語では規範的解釈）によって解決をしている（判例の紹介分析は省略）。契約の「目的」を重視する判例も多い。その際に、契約の「趣旨」や契約の「目的」が強調される。即ち客観的解釈の常として、契約の「趣旨」や「目的」が、当事者の「合理的意思」探求において参照されることになる<sup>16)</sup>。

---

規律がされてよい。いずれも、任意規定があれば任意規定の適用により解決がされる事例であり、その欠けている任意規定を解釈名目で創造し、事例にあてはめた解決を判決で宣言するものである。あるべき任意規定の創造、その当該事例の具体的事例に適用し事例を解決することになる。一般規範を宣言してあてはめることもあれば、これをせず個別判決だけで、一般規範を判例研究で明らかにしなければならない場合もある。こうして、規範的解釈と補充的解釈が実質的に同じ作業である以上、補充的解釈を否定する必要はない。

<sup>16)</sup> 近時の契約解釈、とりわけ補充的解釈についての論考として、田中豊『契約の解釈 訴訟における争点化と立証方法』（ぎょうせい、2025）、北山修悟「契約の解釈と契約法理論(1)～(4)」成蹊法学 84 号 402 頁、85 号 21 頁、86 号 1 頁、87 号 25 頁（2016～2017）、山代忠邦「契約の解釈に関する

## 2 過払金充当合意・権利不行使の合意と契約解釈論

### (1) 批判的見解<sup>17)</sup>。

(a) 田原睦夫裁判官の反対意見(権利不行使合意の否定) 平成 21 年判決直後の最判平 21・3・3 判時 2048 号 9 頁の田原睦夫反対意見は、過払金充当合意自体を批判するのではなく、行使時期の合意まで含める部分に限定してであるが、以下のように批判する。

(ア) 契約解釈として無理 「明示の特約が定められていないにもかかわらず、過払金充当合意に上記のような過払金返還請求権の行使時期に関する合意まで含まれていると解することは、契約の合理的な意思解釈の限度を超えるものであり、契約当事者が契約締結時に通常予測していたであろう内容と全く異なる内容の合意の存在を認定するものであって、許されない」。「また、過払金返還請求権は、法律上当然に発生する不当利得返還請求権であるところ、その精算に関する充当合意についてはともかく、その請求権の行使時期に関して予め合意することは、その債権の性質上、通常考えられない」。

(イ) 時効を直ちに起算 田原睦夫裁判官は、上記のように権利不行使の合意を認定することに反対し、法廷意見を批判し、「過払金返還請求権の消滅時効は、その発生時から進行する」という。時効法理(権利行使期待可能性法理)による起算問題の解決については検討をしていないが、権利行使期待可能性による解決は無理と考えているものと推測しうる。

(b) 鎌野教授の批判(充当合意の否定) 鎌野教授も、「そもそも過払金(不当利得)の発生を予定する継続的取引などは通常ありえないし(……)、ましてや、過払金が生じた場合にはその返還請求はそのつどなされるのではなく、過払金は後発の元本等に充当されていき、その返還請求は取引終了時に行うとする旨の「過払金充当合意」などという構成(擬制)には所詮無理があるように思われる」と述べる<sup>18)</sup>。権利行使時期の合意だけでなく、そもそも充当合意自体を契約解釈として認めること自体を否定するのである。

(c) 批判に対する反論 上記のような批判に対して、小野教授は、「貸付と弁済が繰り返されるが一連の取引の場合には、過払いが生じても、新たな借り入れがあればそれに充当され、いわば一連の取引は、全体として 1 つの債権として処理されるから、個別の債権の弁済期にはそれほど意味はない」。「充当合意というフィクションに頼る点には問題があるが、その内容は、充当を原則とする解釈にかなり忠実なものになる。そこで、合

---

原則」信州大学経法論集 2 号(2020)1 頁、同「契約内容の補充に関する試論」法と政治 74 巻 4 号(2024)1 頁、民商 160 巻 1 号(2024)1 頁以下の特集「契約解釈の理論と実践」があり、山本敬三「「契約の解釈」の意義と構造：事実認定・法的評価との関係」1 頁、吉政知広「契約条項の「不明確さ」と解釈方法をめぐって」24 頁、田中洋「売買における目的物の契約不適合と契約の解釈」43 頁、永野厚郎「裁判における契約解釈の実践：法制審議会の議論を振り返るとともに改めて実務を考える」71 頁、中井康之「契約実態に基づく「契約の解釈」」93 頁が収録されている。また、民商 160 巻 2 号の山本敬三ほか「シンポジウム「契約解釈の理論と実践」ディスカッション」、永野厚郎「補充的契約解釈の実践的展開」法曹時報 76 巻 8 号(2024)1 頁などがある。

<sup>17)</sup> 永口学「判批」金判 1323 号(2009)5 頁も批判的である。

<sup>18)</sup> 鎌野邦樹「判批」金法 1876 号(2009)66 頁。

意の持つ意味の多きことを批判するのは(……)形式論というべきであろう」と言われる<sup>19)</sup>。  
反論として成功しているのかは分からない。

## (2) 検討(本稿の立場)

(a) 契約解釈における位置付け 過払金充当合意、取引終了までの過払金返還請求権の不行使の合意は、①契約全体として表示がありその規範的解釈なのか、②それとも、具体的条項はないので、補充的解釈なのか微妙である。②と解するのが素直なように思われるが、規範的解釈と補充的解釈とは実際には区別が難しく、その基準や運用は同一であり、規範の創設、その事例への適用であり基準も異ならないので(→注 15)、精緻な選別をしても仕方がない。

### (b) 補充的解釈としての検討

(ア) 補充的契約解釈の要件を満たしているか ①補充的契約解釈の消極的要件として、表示があり規範的解釈と説明すべきかどうかは措くことにする。②そして、補充的解釈による解決は実定法の解釈では合理的な解決ができない場合に限定されるべきである(既述)。この点、権利行使期待可能性の法理による解決が認められるのであれば、それによることが好ましい。

(イ) 時効の起算点の問題 ところが、平成 21 年判決は、権利行使期待可能性の法理が適用できるかどうかは検討しておらず、この適用を否定することは述べていない。この点の検討をすることなく、契約解釈による解決に依拠したのである。権利行使期待可能性を考察せず法律上の障害が必要であるとして充当及び権利不行使の合意を認めるという契約解釈で解決するか、権利行使期待可能性による解決をするか、両者の比較検討はされていないのである。そこで、次章で時効の起算点について、権利行使期待可能性による解決を検討してみたい。

## 第 3 章 時効起算点という観点からの考察

### 1 客観的起算点による 10 年の時効

#### (a) 客観的起算点の意義——権利行使の法律上の障害が想定されていた

① 条件や期限が想定されていた 客観的起算点は、起草者によれば主として条件及び期限に関する規定であると説明されている。停止条件つき債権が成立しても条件成就まで、期限の定めのある債権が成立しても期限到来までは、債権者は履行請求(権利行使)ができないが、これを「法律上権利行使ができない」と説明して、債権者が病気である等事実上権利行使ができないことは考慮されないことになる。

② 権利を知らなくてもよい この結果、事実上、債権者に権利行使が期待できなくても 10 年の時効は起算され、一定の事由が完成猶予事由(旧停止事由)として認められてい

<sup>19)</sup> 小野秀誠「判批」リマークス 40 号(2010)12 頁。

るだけである。2017 年改正法では、債権者の主観的要件は主観的起算点に組み入れられたので、それ以外の権利行使が事実上期待できない事情があっても、客観的起算点では考慮されないのが原則である。

(b) 判例は当初は法律上の障害のみを考慮 不当利得の事実を本人(債権者)が知らない間に時効が進行するかが問題とされ、時効の起算(また完成)が肯定されている。また、準禁治産者(現行の被保佐人)は訴訟をするには保佐人の同意が必要であるが(民法 12 条 1 項 4 号)、準禁治産者が保佐人の同意を得られずに訴えを提起できなかったとしても時効の進行は妨げられないとされている(最判昭 49・12・20 民集 28 巻 10 号 2072 頁)。法定の期限がついている事例として、宅建業法に基づいて供託された営業保証金の取戻請求権につき、宅建業法 30 条 2 項により、取戻事由が発生した時から 10 年を経過するまで取戻請求権を行使できないため、「法律上の障害があることは明らかである」とされている(最判平 28・3・31 民集 70 巻 3 号 969 頁)。

## 2 権利行使期待可能性を考慮する判例

### (1) 判例による承認(権利の性質による)

#### (a) 賃料の供託金取戻請求権(最判昭 45・7・15 民集 24 巻 7 号 771 頁)

(ア) 事案 賃貸人の受領拒絶による弁済供託の場合の、賃借人の供託金取戻請求権について、賃貸借契約の終了をめぐって争いが生じ、存続を主張する賃借人による賃料供託事例で、賃借人の供託金返還請求権の時効が問題になった。当事者間に和解が成立し、賃借人が建物を立ち退く代わりに、それまで供託された賃料の放棄がされたので、賃借人が供託していた賃料の取戻しを請求したのに対して、供託所が時効を援用した。最高裁は以下のように判示して、時効の完成を否定する。

(イ) 判旨 賃借人が供託金を取り戻すと「相手方の主張を認めて自己の主張を撤回したものと解せられるおそれがあるので、争いの解決をみるまでは、供託金払渡請求権の行使を当事者に期待することは事実上不可能に近く、右請求権の消滅時効が供託の時から進行すると解することは、法が当事者の利益保護のために認めた弁済供託の制度の趣旨に反する結果となる」として、「弁済供託における供託物の取戻請求権の消滅時効の起算点は、供託の基礎となった債務について紛争の解決などによってその不存在が確定するなど、供託者が免責の効果を受ける必要が消滅した時と解するのが相当である」。

#### (b) その後の判例

(ア) 債権者不確知による賃料の供託金取戻請求権についての判例(最判平 13・11・27 判時 1769 号 12 頁) 賃貸人の相続により賃借人が債権者を確知しえないことを理由に供託した場合につき、供託金の取戻しをすると供託の効果が失われ、賃料債務について履行遅滞を免れた効果が失われてしまう。そのため、「供託の基礎となった債務につき免責の効果を受ける必要性がある間は、供託者に供託物取戻請求権の行使を期待することはできず、供託物取戻請求権の消滅時効が供託の時から進行することは、上記供託制度の趣旨に反する結果となる。そうすると、弁済供託における供託金

の取戻請求権の消滅時効の起算点は、過失なくして債権者を確知することができないことを原因とする弁済供託の場合を含め、供託の基礎となった債務について消滅時効が完成するなど、供託者が免責の効果を受ける必要が消滅した時と解するのが相当である」(最判昭 45・7・15 を参照とする) という<sup>20)</sup>。

(イ) 保険金請求権についての判例(最判平 15・12・11 民集 57 巻 11 号 2196 頁)

**① 事案** 被保険者 A が行方不明になっていたが、A が運転していた自動車と A の白骨化した遺体が発見され、4 年近く前に事故により死亡していたことが分かった事例で、保険金の受取人 X が、Y に対し保険金の支払を求める訴訟を提起した。Y は、A の死亡(保険事故発生＝保険金請求権成立)の日から 3 年が経過するまでの間に保険金の請求がなかったから、約款中の時効消滅条項の適用により、X の保険金請求権は時効により消滅したなどと主張した。

**② 判旨**

i 民法旧 166 条 1 項の解釈 「本件消滅時効にも適用される民法 166 条 1 項が、消滅時効の起算点を「権利ヲ行使スルコトヲ得ル時」と定めており、単にその権利の行使について法律上の障害がないというだけではなく、さらに権利の性質上、その権利行使が現実期待することができるようになった時から消滅時効が進行するというのが同項の規定の趣旨である」(最判昭 45・7・15 を参照として引用)。

ii 時効についての契約条項の解釈 この趣旨にかんがみると、「本件約款が本件消滅時効の起算点について上記のように定めているのは、本件各保険契約に基づく保険金請求権は、支払事由(被保険者の死亡)が発生すれば、通常、その時からの権利行使が期待できると解されることによるものであって、当時の客観的状況等に照らし、その時からの権利行使が現実期待できないような特段の事情の存する場合についてまでも、上記支払事由発生の時をもって本件消滅時効の起算点とする趣旨ではない」<sup>21)</sup>。

(2) 学説も判例を容認

時効起算点については、学説により権利行使期待可能性を考慮すべきことが提案される。即ち、星野教授は、「法的に権利が発生していたか否かが裁判所で始めて明らかになる場合も少なくなく、その際に、債権者、とりわけ素人にその判断の危険を負担させることは酷である」と批判し、結論として、「これは「権利を行使しうることを知るべかりし時期」すなわち、債権者の職業・地位・教育などから、「権利を行使することを期待ないし要求することができる時期」と解すべきである」と提案した<sup>22)</sup>。その後、松久教授も、客観的事

<sup>20)</sup> そして、結論として、賃料債務が民法 169 条(旧規定)により 5 年で時効にかかるので、5 年経過して賃料債務が時効にかかった時点から供託金取戻請求権の 10 年の消滅時効が進行するという。

<sup>21)</sup> 時効についての合意を有効と認めた上で(2 年の法定の時効を 3 年に引き延ばしている)、そこに規定された死亡時から直ちに時効を起算するのではなく、民法 166 条 1 項(当時)の解釈として権利行使期待可能性を解釈として認めることを排除するものではないというものである。

<sup>22)</sup> 星野英一「時効に関する覚書」同『民法論集第 4 巻』(有斐閣・2007[初出は 1978])310 頁。

実上の障害について、時効の進行開始を妨げる事情になることを認め<sup>23)</sup>、判例が現れたこともあり、学説には権利行使期待可能性を一定の場合に考慮することには異論がない<sup>24)</sup>。しかし、法律上の障害がなくても、権利行使期待可能性を時効起算点で考慮するのは限られた事例であり、許されるための基準は明確ではなく、明文化は難しい。2017 年改正民法は、この点につき規定を置かず解釈に委ねた。

### 3 過払金返還請求権と権利行使期待可能性

#### (1) 権利行使期待可能性の考慮

(a) 最高裁調査官によるまとめ 自動継続定期預金についての最判平 19・4・24 民集 61 巻 3 号 1073 頁の調査官解説は、起算点についての判例を以下のようにまとめている。

「判例は、通説である法律上の障害説をベースとしつつこれを一部修正し、履行期未到来や停止条件不成就といった典型的な法律上の障害があるとはいえない場合においても、権利の内容、性質に照らし、客観的、道理的に見て権利行使が期待出来ないときは、権利の性質上、その権利行使が現実に期待でき」ないとして時効進行を否定する立場を採用していると言うことができよう<sup>25)</sup>。

(b) 権利行使期待可能性が考慮される 3 つの類型 法律的には権利行使期待可能性がありながら、判例が時効起算点につき権利行使期待可能性を考慮して起算を否定する事例も、次の 3 つに整理することができる。

#### 【権利行使期待可能性で考慮される事由】

- ① 権利の性質からして事実上権利行使を期待できない場合
- ② 権利行使の法律的障害を除去できるが、その行使するかどうかの自由が保障されるべき場合
- ③ 権利の存在を知りえないため権利行使が期待できない場合

#### (2) 平成 21 年判決の検討

(a) 最高裁調査官による説明 平成 21 年判決の最高裁調査官解説は、「過払金返還請求権の精算方法及び精算時期につき取引終了時に一括精算とする旨の内容が含まれているものと解し、それまでは法律上の障害があると判断したものといえる」とした上で、「本判決は、過払金充当合意を履行期に関する合意又は権利行使の停止条件的なものと捉え、法律上の障害としたようである」と評している<sup>26)</sup>。

(b) 権利行使期待可能性によることを提案する学説 石松教授は、借主が、「過払金返還請求権を行使するということはそもそも客観的事実上不可能または困難であったと

<sup>23)</sup> 松久三四彦「判批」判例評論 303 号(1984)36 頁。

<sup>24)</sup> 石田穰『民法総則』(信山社・2014)1128 頁、松本克美『時効と正義』(日本評論社・2002)166 頁等。

<sup>25)</sup> 中村・前掲「判例解説」80 頁。石松・前掲論文 145 頁も同様。

<sup>26)</sup> 中村・前掲「判例解説」82～83 頁。学説も、過払金充当合意を、不確定期限または停止条件付債権のように扱うものと評価するものがある(石田剛「判批」速報判例解説 5 号[2009]89 頁)。

いうことはできても、法律上は可能であったと見ることができる」と評価し<sup>27)</sup>、**平成 21 年判決**も自動継続定期預金についての最判平 19・4・24 民集 61 巻 3 号 1073 頁も、「権利行使に対する実質的、客観的な期待可能性という視点をとくに考慮に入れて判断した最高裁判例という意味で共通し、またそのように解することこそ、これまでの裁判例とも整合性を保ったより説得的な判例理論になっていたといえるのではないかと思われる」という<sup>28)</sup>。

### (c) 検討と本稿の立場

(ア) **考え方(解決)の整理** これまで示された意見は、①充当合意・権利不行使の合意を認め、法律上の障害とする判例の立場、②充当合意を認めないまたは充当合意を認めるが権利不行使の合意は認めない学説、後者は、④直ちに時効を起算する田原裁判官の反対意見、⑥権利行使期待可能性による規律を認める石松教授の見解に整理することができる。筆者は②⑥を支持し、権利行使期待可能性が認められるに至った時を起算点とし、それまで時効の起算を停止する。

### (イ) 権利行使期待可能時

① **権利行使可能であることを知ること** 民法改正で、5 年の時効については主観的要件が明記され(民法 166 条 1 項 1 号)、知らないが故の権利行使期待可能性欠如は解決された。そのため、【権利行使期待可能性で考慮される事由】③の考慮は不要になった。しかし、これは 10 年の時効については、起算の要件ではない。そのため、法律上の障害さえなければ起算されるのかが問題になり、権利行使期待可能性はここで考慮する余地が残される。

② **取引の終了** 権利行使期待可能性にも、法的安定性からある程度の画一性・明瞭性が必要になる。この点、取引が続いている以上は、借主は借り入れることを期待しているため、過払金の返還請求には思い及ばないはずである。そのため、取引が終了して初めて、過払金の返還請求に思いが及び、取引終了が権利行使期待可能時(時効起算時)となる。ただし、これはあくまでも原則であり、取引継続中でも、過払金問題を知り弁護士に相談して過払金が生じていることを知れば、過払金の返還請求を期待できる。

③ **消費者借主の保護——取引終了と権利行使期待可能性** このように、借主が消費者であることを考えれば、法的知識がない故の過払金が生じていることの不知を容認し、これを知りえ権利行使を期待できるようになるまで時効を起算しないことは許容してよい。時効起算点が原則として取引終了時ということは、**平成 21 年判決**と変わることはない。ただし、法律上の障害ではなく、権利行使期待可能性でもって根拠付ける限り、取引が終了してもそれが借主に明確でなければ、認識可能性が認められるようになるまで権利行使を期待できず時効を起算しないことが可能になる。この点は、第 4 章で検討する。

## 4 権利行使の障害除去が可能な点——平成 21 年判決の独自の問題

**平成 21 年判決**は法律上の障害を問題にするため、借主はいつでも解除して取引を終了

<sup>27)</sup> 石松・前掲論文 146 頁。

<sup>28)</sup> 石松・前掲論文 149 頁。

させることができる点が問題になる。本稿の権利期待可能性理論による立場でも、借主はいつでも解除して契約を終了させることができるので、過払金返還請求の権利行使期待可能性があるのではないかという疑問となる。

### (1) 形成権の行使により債権を成立させることができる場合

関連問題として、形成権の行使により生じる請求権の時効の起算点については議論がある。①例えば、取り消して代金の返還請求が出来るので一元的に考えて、取消し可能時から代金の返還請求権(原状回復請求権)の時効を起算する学説がある(一段階構成 or 一元説<sup>29)</sup>)。②しかし、それでは取り消すかどうかの熟慮期間を認めた趣旨が没却されてしまう。そのため、取消自体と取消後の返還請求とについてそれぞれ時効を考えるべきであり、代金返還請求権については実際の取消し時を起算点と考えるべきである。要するに取消権を別個に権利として保護することを尊重すべきである。取消しについての判例はないが、解除の結果生じる原状回復義務について、解除権とは別個の時効を問題としている(大判大 7・4・13 民録 24 輯 669 頁<sup>30)</sup>)。

### (2) 権利行使障害を除去できる場合——期限の利益喪失条項

例えば、代金を分割払いにして、一回でも支払が遅れると残額を直ちに全部支払うよう請求できるという特約(期限の利益喪失条項)がある場合に、債務者が支払を怠ったならば、その残額の債権の時効は、債権者は全額を請求できるので直ちに起算されるのであろうか。①当然に期限の利益を失う合意の場合と、②債権者が期限の利益を失わせる形成権を認める合意とが考えられる。②は(1)の形成権の事例に似ているが、債権自体は既に成立しており、ただ権利行使障害がありそれを解消する形成権があるにすぎない。その意味で、本稿で検討している事例と共通する。

#### (a) 判例は債権者の意思表示を要求する 判例は、債権者が全額の請求をした時

<sup>29)</sup> 川島博士は、「取消というのは、契約がなかった状態への回復を請求する権利もしくは契約にもとづく請求を拒絶する権利を正当化するために、有効な契約の効力を否認する論理的根拠として構成された概念であり、これを機能的に見るならば、「取消」(…)を理由とする請求権もしくは拒絶権があるにすぎない」として、請求権が問題となる場面か否かで分ける(川島武宜『民法総則』[有斐閣・1965]542 頁)。取消権者が自分の給付を履行済みの場合には、民法 126 条を原状回復請求権の時効期間として考える。履行済みの場合に、確かに形式的に見れば取り消して初めて原状回復請求権が成立するのであるが、取消権者はいつでも取り消して返還請求できるということは、法律的にいつでも返還請求できるので、返還請求を直ちに問題にするのである。このようにして、既履行事例では、取消前から返還請求権の時効として構成する。

<sup>30)</sup> 本判決は、「契約の解除に因る原状回復の請求権は契約の解除に因りて新に発生する請求権なるを以て、其時効は契約解除の時より進行すべきものとす。故に原判決は正当にして所論の違法なし従て本上告論旨は理由なし」という。原審判決は、「契約解除に因る原状回復の請求権は契約の解除に因り新に発生するものにして、単に契約本来の給付義務の内容を変更したるものにあらざるを以て、原状回復請求権の時効は契約解除ありたるときより進行を始むべきものとす」と判示していた。二段かどうかよりも、元の契約上の権利との同一性が議論されている。

から残額全額につき当然に時効が進行すると考えている(大連判昭 15・3・13 民集 19 巻 544 頁、最判昭 42・6・23 民集 21 巻 6 号 1492 頁[請求時時効進行説])。最判昭 42・6・23 は、「一回の不履行があっても、各割賦金額につき約定弁済期の到来毎に順次消滅時効が進行し、債権者が特に残債務全額の弁済を求める旨の意思表示をした場合にかり、その時から右全額について消滅時効が進行する」という<sup>31)</sup>。

(b) 行使可能時から起算する学説 これに対し、学説には、形成権があるというのはいつでも残額全部を請求できるのと同じであることから、債権者の意思表示があろうとなかろうと直ちに残額全部につき時効が進行するという考えが有力である<sup>32)</sup>。この考えでは、残額全部の時効が起算されるため、期限を失わせて残額全額の請求を強いることになる。学説の対立は、債権者に権利行使選択の自由を認める結果の妥当性を重視するか、それとも、形成権と請求権の関係を一元的に理解するという理論を重視するかの、法学方法論的な対立の様相を呈していた。

(c) 検討と私見 ①期限の利益を失わせることができる形成権を認めるにすぎない場合には、形成権同様に、形成権を行使するかどうかの判断の時間を保障するために、現実に形成権の行使があった時点が時効の起算点とされるべきである(判例支持)。②また、期限の利益を当然に失う旨の条項になっている場合でも、実際に失わせるかどうかを債権者が決められるべきである<sup>33)</sup>。そこで、債権者が残額全部の請求をしない場合には、新たに当初の期限の利益を付与したものと考えるべきである。

### (3) 権利行使障害を除去する機会が与えられていた場合——自動継続定期預金

最判平 19・4・24 民集 61 巻 3 号 1073 頁は、いわゆる自動継続定期預金において時効の起

<sup>31)</sup> 賛成する学説として、柚木馨『判例民法総論 下巻』(有斐閣・1952)434 頁、金山正信「判批」法時 39 巻 14 号(1967)138～139 頁等。なお、本判決につき詳しくは、森網郎「判例解説」『最高裁判所判例解説民事篇昭和 42 年度号』(法曹会・1973)305 頁参照。平井宜雄「判批」法協 85 巻 6 号(1968)102 頁は、東大の研究会では一般論としては判例を支持する立場が多かったという。

<sup>32)</sup> 我妻栄『新訂民法総則』(岩波書店・1965)487 頁、川島・前掲書 519 頁、幾代通『民法総則(第 2 版)』(青林書院・1984)510 頁など。

<sup>33)</sup> 当然に期限の効力を失うものとする条項の場合には、判例は、当然に期限の利益を失うことを前提として、期限の利益を失いつつ今まで通りの支払いを受けて行くことを、債権者が選択することを認める。但し、最判平 21・9・11 集民 231 号 531 頁は、「上告人[貸主]は、被上告人[借主]が期限の利益を喪失していないと誤信していることを知りながら、この誤信を解くことなく、第 5 回目の支払期日の翌日以降約 6 年にわたり、被上告人が経過利息と誤信して支払った利息制限法所定の利息の制限利率を超える年 29.8%の割合による金員等を受領し続けたにもかかわらず、被上告人から過払金の返還を求められるや、被上告人は第 5 回目の支払期日における支払が遅れたことにより既に期限の利益を喪失しており、その後に発生したのはすべて利息ではなく遅延損害金であったから、利息の制限利率ではなく遅延損害金の制限利率によって過払金の元本への充当計算をすべきであると主張するものであって、このような上告人の期限の利益喪失の主張は、誤信を招くような上告人の対応のために、期限の利益を喪失していないものと信じて支払を継続してきた被上告人の信頼を裏切るものであり、信義則に反し許されない」という。これに対して、最判平 21.9.11 集民 231 号 495 頁は、分割払いを維持していたというだけでは、上記のような信頼は認められず、期限の利益喪失の主張は信義則に反しないものとする。

算点について判断をした判決である(最判平 19・6・7 集民 224 号 479 頁も同様)。平成 21 年判決も、解除して終了させることが出来る時点からの時効を起算することを否定する際に、この判例を援用している。

(a) **自動継続定期預金は満期日までに継続停止の申出がないと自動継続** 預金契約において特約として、本件預金契約が満期日に前回と同一の期間の預金契約として自動的に継続されること、預金者が本件預金契約の継続を停止するときは満期日までにその旨を申し出るべきこと(この申出を「**継続停止の申出**」という。)などが定められている(「**自動継続特約**」)。この特約によれば、申出なしに満期日が到来すれば自動更新となり、次の満期日までにその停止する申出をして、その満期日に預金の払戻しを受けることができるにすぎない。

(b) **最高裁判決** 最高裁は、この点、以下のように判示する。

(ア) **法律上の障害がある** 「自動継続定期預金契約は、自動継続特約の効力が維持されている間は、満期日が経過すると新たな満期日が弁済期となるということを繰り返すため、預金者は、解約の申入れをしても、満期日から満期日までの間は任意に預金払戻請求権を行使することができない。したがって、初回満期日が到来しても、預金払戻請求権の行使については法律上の障害があるというべきである。

(イ) **継続停止の申出ができてても法律上の障害あり**

① **預金者の自由** 「自動継続特約によれば、自動継続定期預金契約を締結した預金者は、満期日(継続をしたときはその満期日)より前に継続停止の申出をすることによって、当該満期日より後の満期日に係る弁済期の定めを一方的に排除し、預金の払戻しを請求することができる。しかし、自動継続定期預金契約は、預金契約の当事者双方が、満期日が自動的に更新されることに意義を認めて締結するものであることは、その内容に照らして明らかであり、預金者が継続停止の申出をするか否かは、預金契約上、預金者の自由にゆだねられた行為というべきである」。

② **時効の起算はこの自由の無視に等しい** 「したがって、預金者が初回満期日前にこのような行為をして初回満期日に預金の払戻しを請求することを前提に、消滅時効に関し、初回満期日から預金払戻請求権を行使できると解することは、預金者に対し契約上その自由にゆだねられた行為を事実上行うよう要求するに等しいものであり、自動継続定期預金契約の趣旨に反する」。「初回満期日前の継続停止の申出が可能であるからといって、預金払戻請求権の消滅時効が初回満期日から進行すると解することはできない。

(ウ) **時効起算点についての結論** 「以上によれば、自動継続定期預金契約における預金払戻請求権の消滅時効は、預金者による解約の申入れがされたことなどにより、それ以降自動継続の取扱いがされることのなくなった満期日が到来した時から進行するものと解するのが相当である」。

(4) **過払金返還請求権について**

平成 21 年判決によれば、取引終了まで過払金返還請求の権利行使はできないが、借主

はいつでも契約を解除できるので、上記までの議論と同様の議論があてはまる。直ちに終了させることができるので、自動継続定期預金の事例とも異なる。一番近いのは、形成権型の期限の利益喪失条項の事例である。そうすると、その判例をあてはめることができ、借主が実際に解除をして初めて過払金返還請求権の時効が進行することになる。平成 21 年判決ではその時点で初めて法律上の障害がなくなり、権利行使期待可能性説では、その時点で権利行使期待可能性が認められることになる。

#### 第 4 章 取引終了の認定について——平成 21 年判決の残された問題点

##### 1 取引終了時が起算点

##### (1) 取引の終了原因は何か

(a) 5つの終了原因 平成21年判決も本稿の権利行使期待可能説による立場でも、時効の起算点は原則として取引終了時である。継続的貸付取引の終了原因として考えられるのは、以下の5つである。

##### 【取引の終了原因】<sup>34)</sup>

- ①借主からの解除
- ②貸主・借主の合意解除<sup>35)</sup>
- ③貸主からの解除
- ④契約期間の満了<sup>36)</sup>
- ⑤契約に定められた終了事由の発生

③と⑤は、期限の利益喪失条項のように、⑤の当然の終了事由とするか、③の貸主に解除権を付与するか、条項の規定次第である。

(b) 事例も規定も明確ではない 問題の事由が停止事由と表記されていても、再開が予定されていなければそれは解除事由の規定と解される(東京地判令 2・6・12[資料 1(4)(a)(7)①]、東京地判令 4・12・6[資料 1(4)(a)(4)①]、東京地判令 4・5・24[資料 1(4)(d)②])。問題になるのは、次の2つの事例である。

<sup>34)</sup> この他に、借主が債務を完済しその後借入をしていない場合にも、新たな借入金債務の発生が見込まれなくなったとして、時効が起算されている(東京地判令 1・7・2[資料 1(2)(a)①])。東京地判令 1・7・11(資料 2(2)②)は、繰り上げ返済をして1年3ヶ月が経過した事例で、取引終了を認めない。

<sup>35)</sup> 合意解除を認めたものに東京地判令 3・5・28(資料 1(1)(a)①)のほか、借主が貸主に連絡をした上で本件取引における過払金発生の可能性についての認識を告げ、さらに、同日のうちに、本件契約についてはいわゆるゼロ和解とすることを了承していることから、取引を終了させる意思を有していたと認められている(東京地判令 4・3・29[資料 1(2)(a)④])。また、借主が基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引を終了させる意思を有していたことが明らかと認められる特段の事情がある場合には、新たな貸付けが行われる見込みはなくなったと認められた事例がある(東京地判令 4・3・29[資料 1(4)(c)(7)②])。

<sup>36)</sup> カードの有効期限の満了により基本契約は終了することを認めるものとして、借主が了解したことから合意解除と認めた東京地判令 3・5・28(資料 1(1)(a)①)、当然の終了を認めた東京地判令 3・10・21(資料 1(1)(b)①)、東京地判令 7・7・19(資料 1(1)(b)②)がある。

### 【取引終了が問題になる事例】

- ①停止と解除を貸主が選択できることが規定されている場合、貸金業者が、停止をしただけなのか解除をしたのか、判然としない場合
- ②長期にわたって取引がされていないが解除されたことの証明ができない場合

### (2) 特段の事情による例外を認める余地の容認

(a) 取引終了前に拡大を許すのか 平成 21 年判決など平成 21 年の 3 つの最高裁判例は、「過払金返還請求権の行使について上記内容と異なる合意が存在するなど特段の事情がない限り、同取引が終了した時点から進行する」と述べている。判例の常套手段であり、例外の余地を残して一般論が提示されている。「取引の終了」が過払金返還請求権の時効の起算点になるが、①特段の事情があると取引終了前でも起算される、②特段の事情があると取引終了があっても起算されないという 2 つの例外が考えられる<sup>37)</sup>。

(b) 客観性が要求される 【取引終了が問題になる事例】①については、裁判例は、④取引終了の明確性と⑥借主の取引終了の認識を要求することで解決しようとしている(→2(2))。貸主が貸付停止をしても暫定的なのか、解除の趣旨なのか明示されない場合、裁判例は解除と認めない解決をするものが多いが、解除を認めても時効を起算しないという解決も考えられる。①判例は法律上の障害を問題にするため、解除即ち取引の終了を否定するが、②本稿の権利行使期待可能性説では、解除即ち取引の終了を認めつつ、時効の起算を否定することができる。

### (3) 学説の状況

(a) 貸出停止では足りない 平成 21 年判決の評釈では、「「終了」をどう捉えるべきかは、基本契約の有無や個数、そして充当ルールとも相まって、今後に残された課題である」と評される<sup>38)</sup>。若干踏み込んで言及をする学説もあり、「この場合も基本契約が存続している以上、理論上は、借主に貸出を受ける権利があり、貸主の貸出を拒否できる条項に基づく抗弁によって、その権利行使が妨げられているだけなので、基本契約に基づく新たな借入れ金債務の発生が見込まれなくなったとまではいえないであろう」と評されている<sup>39)</sup>。

<sup>37)</sup> なお、自動継続条項により、取引終了後も相当な長期間にわたって基本契約のみが存続するということもありえることから、時効起算につき、平成 21 年判決も、取引終了時としており、「基本契約が効力を失った時」とはしていないと、調査官解説により指摘されている(中村・前掲「判例解説」84～85 頁)。基本契約の解除による取引終了以外に、取引は終了したが自動継続条項で基本契約が継続する事例があるかは分からないが、その場合には取引終了を基準としてよい。基本契約の終了ではなく、敢て取引の終了という用語によった趣旨の説明としては、ある意味で納得するものである。東京地判令 5・4・17(資料 1(2)(b)①)が、自動継続条項のある事例。

<sup>38)</sup> 金山直樹「判批」『平成 21 年度重要判例解説(別冊ジュリスト 1398 号)』(有斐閣・2010)86 頁。

<sup>39)</sup> 蔭山文夫「判批」NBL914 号(2009)30 頁。

(b) **取引終了に限定した趣旨** また、「単に形式的な「取引終了日記載書面」や「契約終了日記載書面」を交付したり、あるいは取引を分断するために「基本契約」を更新したり、他人に譲渡しても不十分である。原則として精算が完了していることが必要であり、充当の可能性がなくなり、新たな貸付の可能性がまったくなくなった時が、唯一の例外である」。「本判決ほか、**「取引の終了」**のみにふれ、曖昧な種々の概念(空白期間の長短や時間的な接着、一体性など)を避けた趣旨を汲み取る必要がある」と言われる<sup>40)</sup>。

いずれにせよ、学説は、**平成 21 年判決**を前提とする限り、過払金返還請求権の時効起算には貸金債権を生み出す基本契約の終了、即ち**取引の終了**を必須と考えており、取引の終了なく時効の起算が認められるべき「特段の事情」は否定されることになると思われる。

## 2 下級審判例による新たな要件の追加

### (1) 下級審判例による 2 つの要件の追加——客観性と借主の認識可能性

その後、数多くの下級審判例が、以下の 2 つを新たに過払金返還請求権の時効起算のための要件としている。客観的に認識し得たということを問題にする判例もある(大阪地判令 2・3・31[資料 2(2)⑥等])。平成 21 年判決の特段の事情ということが訴訟では主張されることが多く、それへの応答として特段の事情という観点から判断する判例も多い。

#### 【平成 21 年判決後に追加された 2 つの要件】

- ① **貸主側の客観的要件** 客観的にみて、本件取引に関して新たな貸付けが行われる見込みはなくなったこと(取引終了の客観性)
- ② **借主側の主観的要件** 借主がそのことを認識し得たこと(借主の認識可能性)

①は平成 21 年判決に「客観性」という要件を付け加えるものであり、また、②は新たに付け加えられた要件である。起算否定判決は、①を否定するものが殆どであるが、②を否定する判例も見られる。以下、この 2 つについて検討してみたい。

### (2) 貸主側の客観的要件——客観的に取引が行われる見込みがなくなったこと<sup>41)</sup>

#### (a) 取引が行われる見込みはなくなったこと(取引終了)の客観性

(ア) **新たな貸付の見込みがなくなった=取引終了** 判例は、「客観的に新たな貸付けが行われる見込みはなくなったこと」から**基本的取引の終了**を認めており、取引の終了を言い換えているにすぎない<sup>42)</sup>。これに「客観性」という縛りをかけて、取引の終了が

<sup>40)</sup> 小野秀誠「判批」リマークス 40 号(2010)13 頁。

<sup>41)</sup> 判例は、過払金充当合意を含む基本的取引の終了を問題にするのが普通であるが、過払金充当合意の終了を問題にする判決もある。確かに、理念的には、基本契約はそのまま充当合意だけを合意で排除することはできる。しかし、実際には想定できず、その言いたい趣旨は基本的取引の終了であるといえる。

<sup>42)</sup> 例えば、事故情報が判明し、貸主が「貸禁」(貸出禁止)とした事例で、貸付の終了また借主による認識が認められている(東京地判令 4・12・6[資料 1(4)(a)(イ)①])。新たな借入の可能性がなくなると取引終了は認められないので、信用状態の回復により貸付停止措置が解消される可能性が

認められるが、時効を起算しないという扱いをするものは少ない(大阪地判令 2・3・31[資料 2(2)⑥]等)。平成 21 年判決<sup>43)</sup>に対して「客観性」という更なる制限をしたことが活かされていない<sup>43)</sup>。この点、客観性を欠くため、取引は終了しているが時効を起算しないという中間的・柔軟な解決がされるべきであり、権利期待可能性説ではそれが可能になる。

(イ) 取引終了の認定の緩和のためではない 客観性を問題にするのは、取引の終了(解除など)を認定できなくとも、「客観的に新たな貸付けが行われる見込みはなくなった」事情があれば時効の起算を認めてよいと、時効の起算を緩和するためではない。先に見たように、貸主が貸付停止をしても、暫定的な停止なのか解除(取引の終了)なのか、貸主の主観にかかるのでは、借主に酷である。そのため、解除の趣旨であっても、解除(取引の終了)であることが客観的に明確になっていない以上、時効起算を認めないことにして借主を保護するものである。権利行使期待可能性説では、権利行使の期待可能性を否定することができる。

(ウ) そのまま起算されないのも不合理 では、客観性が認められず、その後に新たな客観性ある意思表示がされないまま長期が経過しても、いつまでも時効が起算されないのも不合理である。【取引終了が問題になる事例】②の事例として処理することが考えられる。東京地判令 5・4・17(資料 1(2)(b)①)は、「結局、貸付け及び弁済が 10 年以上行われなかった以上、それまでの取引で生じた債権債務関係については、これについて消滅時効を成立させて法的安定性を確保することが妥当」という解決をしている。取引通念からして取引は終了したと考えるべき場合には、時効の起算をその時点から認めてよいことになる(他に判例としては、資料 1(2)(b)②③)。権利行使期待可能性説でも、借主も貸主に確認するなどの行為が期待でき、権利行使期待可能性を認めることが可能になると考えることができる。

(b) 解除(取引終了)が認められた客観的事実 下級審判例では、以下のような事例で時効の起算が認められており、取引の解除がされたと認められる客観的事実の証明となる<sup>44)</sup>。(ア)(イ)は解除を要せず取引終了事由になる事例、(ウ)(エ)は、貸出停止措置を採ったことを解除と認定した判決といえる。

(ア) カード契約の更新がされなかった場合 クレジットカード契約に係るクレジットカードを利用した借入の事例で、カードの有効期限が満了し、新たなクレジットカードは発行されなかった事例(東京地判令 3・10・21[資料 1(1)(b)①]、東京地判令 7・7・

---

ある。そのため、新たな借入れがされない(取引終了)こと自体を否定することができるが、借主が新たな借入れがされないと認識しえたとはいえないと、借主の認識に拘泥した認容をするものが多い(例えば、東京地判令 4・2・24[資料 2(2)⑩])。

<sup>43)</sup> 貸付停止措置が採られても、それが解消される可能性があったことは否定できないとして、貸付停止措置が当然に取引終了になるものではないという認定をする判決が多い(宮崎地判令 2・3・25[資料 2(2)⑤等])。

<sup>44)</sup> 他に、専業主婦につき、総量規制の導入により貸付停止措置が採られたのに対し、就労を開始するなどして新たな借入の可能性があったと主張がされたが、具体的な就労の可能性について何ら主張・立証がないとして、取引終了が認められている(東京地判令 5・6・6[資料 1(4)(c)(イ)①])。

19[資料 1(1)(b)②]]がある。カードでの借入なので更新されず契約が終了することになる。

(イ) **70歳以上での貸付停止** 満 70 歳以上の者に対して貸付けを行わないことを決定し、借主に貸付けを停止する措置をとった場合、高齢を理由とするもので、全契約者に対して一律に同様の措置がとられていることから、将来的に貸付けが再開されることは想定されていないと認められている(東京地判令 4・2・2[資料 1(4)(c)(7)①]、東京地判令 4・3・29[資料 1(4)(c)(7)②])。

(ウ) **借主に重大な事故情報がある場合** 借主に重大な事故情報があることが判明したため、貸金業者が貸出停止措置を採った場合、東京地判令 4・12・6(資料 1(4)(a)(イ)①)は、新たな貸付けが行われる見込みはなくなつたと評価している。東京地判令 3・5・28(資料 1(4)(b)(7)①)は、全く貸付けができない程度まで信用状態が悪化した結果による措置と認め、信用復帰可能性、貸付けの再開可能性を問題にせず、新たな貸付けが行われる見込みはなくなつたと認めている。

(エ) **借入残高が年収の 3 分の 1 を超える者に対する新規の貸付け禁止** 貸金業法の改正により、借入残高が年収の 3 分の 1 を超える者に対する新規の貸付けが禁止されたため、収入証明書類の提出を求めたがこれを提出せず貸付停止とされ、近い将来に貸付停止措置が解除されるような事情があつたこともうかがえないことから、新たな貸付けが行われる見込みはなくなつたと認められている(東京地判令 5・1・11[資料 1(4)(c)(ウ)①]、東京地判令 5・5・18[資料 1(4)(c)(ウ)②]、東京地判令 5・6・6[資料 1(4)(c)(イ)①])。

### (3) 借主側の主観的要件——借主の認識可能性

(a) **借主の認識が要求される** 先の客観性の要件をめぐっては、貸主が貸付停止を解除の趣旨で通知してきても、解除(取引終了)としての客観性を欠く場合、解除の効果は認められるが、権利行使期待可能性は認められず時効を起算しないという処理ができる<sup>45)</sup>。そして、客観性は借主の認識可能性を考慮して評価されるべきであり<sup>46)</sup>、別に借主の認識可能性を問題にする余地はない。そのため、【平成 21 年判決後に追加された 2 つの要件】①②はいずれも必要というのではなく、いずれかがあればよいという要件として位置付け

<sup>45)</sup> 趣旨は明確ではないが、被告 A TM から発行された各明細書の「ご融資可能金額」欄に「¥ 0」と記載されていても、貸主が貸付禁止措置を採り、新たな借入金債務の発生が見込まれなくなったことを、借主が認識したとは認められないとする東京地判平 31・2・28(資料 2(1)①)がある。

<sup>46)</sup> 例えば、東京地判平 31・1・16(資料 2(2)①)は、貸付停止措置が一方的かつ暫定的な措置であつたことから、借主は「依然として、弁済を継続し、約定残元金の返済が進めば、再び上記基本契約に基づき新たな貸付けを受けられることができるとの期待を有していた」という。また、充当・権利不行使の合意を認めるため、「依然として、過払金返還請求権の精算方法及び精算時期につき取引終了時に一括清算とするという合理的意思を有していた」との擬制を行う。大阪地判令 2・3・31(資料 2(2)⑥)も、貸付停止措置が採られたが、借主がその後の信用状態の回復により新たな借り受けができるようになって考えていた可能性があることから、新たな借入ができなくなつたと認識できたとは認められないとする(東京地判令 3・1・22[資料 2(2)⑧]も信用状態の回復による解消可能性を問題にし、取引終了を否定する)。東京地判令 3・2・19(資料 2(2)⑨)も貸付停止措置が一時的なものか永続的なものか判別できないとして、借主の認識可能性を否定する。

るべきである。解除としての客観性が認められなくても、その後、いつまでも貸出停止が続けられており、借主が解除されたと気が付くべきであれば、その時点経過により、取引終了の認識可能性が認められ権利行使期待可能性が認められることになる。

(b) 改正法の下ではどう考えるべきか 上記のような柔軟な処理は、権利行使期待可能性の扱いとしてならばしっくりいくが、法律上の障害の問題として扱えるのかは疑問である。そのため、権利行使期待可能性で一元的に規制するのが素直なように思われる<sup>47)</sup>。

### 3 法律上の障害事由に整理できるか

#### (1) 取引終了とのずれを認めるべき

平成 21 年判決で起算点とされた取引の終了であるが、その後の判例では、本件取引に関して新たな貸付けが行われる見込みはなくなったことに客観性が求められ、そして、借主がそのことを認識し得たことを必要としている。客観性がない場合には、多くの判例は解除(取引終了)を否定しているが、権利行使期待可能性説では、客観性を欠く場合には、取引終了は認めても時効は起算しないという中間的ないし柔軟な解決が可能になる。

#### (2) 平成 21 年判決の微修正にとどめるか

解除を認めつつ、客観性(明確性)を欠く場合には、貸金業者による解除は有効であるが、借主に権利行使期待可能性がないため時効を起算しないという説明の可能性を、本稿は模索しこれを肯定した。平成 21 年判決の法律上の障害による解決を基本にする限り、この部分だけ権利行使期待可能性で微修正するのは一貫しない。また、先にみたように充当合意また権利不行使の合意は擬制にすぎ、これを否定し、法律上の障害に拘泥する解決から脱却すべきように思われる。全面的に権利行使期待可能性により解決する判例変更が好ましい。平成 21 年判決がありながら、依然として判例の議論が尽きないことは、平成 21 年判決が基準ないし法的構成として問題をはらんでいて、再考が必要なことを物語っているように思える。

## 終章 結び

(a) 平成 21 年判決の評価 結論を要約し本稿を締め括りたい。まず、基本契約の契約解釈により充当合意また権利不行使の合意を認め、それを法律上の障害とする平成 21 年判決よりも、権利行使期待可能性による解決のほうが、時効起算をめぐる解決としては適切であると考え。借入を続けている限りは、特段の事情がなければ借主は過払金に気

<sup>47)</sup> 例えば、東京地判令 5・6・29(資料 2(2)⑭)は、借主の信用状況の悪化等を原因とする貸付停止措置であったことを認めるに足りる証拠はなく、専ら貸主である Y の内部的事情に起因する措置であったと解されることに照らし、借主において新たな借入れが将来的に全く不可能であったかどうかまでは判別することはできず、また、その後の状況の変更により、貸付けが再開される可能性があったことから、時効の起算を否定する。

が付きその返還請求をすることを期待できず、原則として取引終了時を過払金返還請求権の権利行使期待可能時と考えるべきである。ただ例外的に、取引が継続していても、借主が弁護士に相談し計算してもらい過払金が生じていることを知った場合には、時効を起算してよい(相殺について民法 508 条が適用になる)。

(b) 取引の終了について

(ｱ) 終了事由の不明瞭性

**① 取引終了かどうか明確ではない場合** 過払金返還請求権の時効起算には取引の終了が必要であるが、取引の終了原因は、①借主からの解除、②貸主・借主の合意解除、③貸主からの解除、④契約期間の満了、⑤契約に定められた終了事由の発生になる。貸主が貸付停止措置を採ったが、貸主から解除(取引終了)の明確な表示がないと、借主としては取引が終了したのかどうか分からないことが考えられる——貸付停止の通知が来ただけでは判断が付きかねる——。

**② 新たな要件の追加** そのため、平成 21 年判決後の下級審判例は、同判決にはなかった、④客観的にみて、本件取引に関して新たな貸付けが行われる見込みはなくなったこと、⑥借主がそのことを認識し得たことを要件に付け加えている。この要件設定は、法律上の障害除去には解除が有効であることが必要なので、解除の意思表示解釈として、解除の認定の問題に過ぎないことになる。

(ｲ) 法律上の障害に収まるか 平成 21 年判決は、法律上の障害を問題にするため、取引の終了を必要とし、その後の判例も上記の新たな要件を、取引終了のための要件として運用している。時効起算を否定するにはあくまでも法律上の障害が必要であり、取引が終了していないものと説明せざるを得ないのである——ただし、平成 21 年判決の留保した取引終了がなくても起算される特段の事情が議論されている——。

(ｳ) 権利行使期待可能性説の可能性 これに対して、権利行使期待可能性説では、取引終了が明確ではない場合には、取引終了を認めつつも、それを借主が認識し得るものと合理的に期待できるようになるまでは、権利行使期待可能性を否定することが考えられる。権利行使期待可能性説の問題は 2 点である。

**① 一般的法理ではない** 権利行使期待可能性を考慮するのは、全ての権利に当てはまる一般的原理ではなく、「権利の性質上」と言われるように権利の特殊性(供託金取戻請求権、保険金請求権等)が考慮され、その特性から問題になる事例類型のみに認められる。全ての権利に権利者の主観的な権利行使期待可能性を考慮できるものではない。本件では、継続的貸付取引における過払金返還請求権であり、権利の特殊性があり、借主が容易に計算して過払金を知れるものではなく、取引が終了し過払金が生じていないか弁護士や司法書士に相談して初めて知り権利行使が期待できるにすぎない。消費者取引上の消費者の債権一般に認めるものではない。限定としては、十分であるといえる。

**② 権利行使期待可能性の客観的基準** 紛争解決、賃料債権の時効完成といったように、客観的画一的な基準により判断されることが、時効起算について例外である権利期待

可能性の考慮への調整として法的安定性のためにも必要である。この点、取引の終了で、借主の権利行使期待可能性を認めることができ、貸主からの解除の意思表示が有効になるための客観性を認めることで、借主の保護が図られる。しかし、場合によっては、解除は有効だが、必ずしも明確ではないので権利行使期待可能性は否定することも考えられる。また、その場合でも、貸出停止措置が続けられ相当期間が経過し借主が解除を疑うべきときは、権利行使期待可能性を認めることもできる。この部分は、法律上の障害を問題にするのではないため柔軟な解決が図られることになる。

（c）**展望** 平成 21 年判決によると、取引終了があるかどうか争われるが、客観的に明確であることを解除の意思表示として求めれば、法律上の障害による解決で完結する。その他、「特段の事情」という伝家の宝刀も留保している。しかし、当事者が予想もしていなかった過払金を予定した合意を前提にすることが、いかにも擬制的である。日本における契約解釈への寛容性を示す事例であるが、他の解決によることが可能であれば、それによるべきである。本稿では、法律上の障害を認めるため上記合意を擬制するのではなく、代替りの解決策として権利行使期待可能性を考慮して時効の起算を考えることを提案した。本稿が、本問題につき再考を促す契機になれば幸いである。

#### 【結論のまとめ】

##### 1. 平成 21 年判決

- ①過払金の将来の新規貸付けへの充当、過払金返還請求権不行使の合意 認める。
- ②時効起算の法律上の障害 取引終了まであり（取引終了時より時効を起算）。

##### 2. 平成 21 年判決後の下級審判決

- ①過払金の将来の新規貸付けへの充当、過払金返還請求権不行使の合意 認める。
- ②時効起算の法律上の障害 取引終了まであり（取引終了時より時効を起算）。
- ③取引終了につき客観性・借主による認識可能性を要求する この点が追加される。

##### 3. 田原裁判官の反対意見

- ①過払金の将来の新規貸付けへの充当、過払金返還請求権不行使の合意 認めない。
- ②時効起算の法律上の障害 なし。即時に時効を起算する。

##### 4. 本稿の立場

- ①過払金の将来の新規貸付けへの充当、過払金返還請求権不行使の合意 認めない。
- ②時効起算の法律上の障害 なし。ただし、時効起算は③。
- ③取引終了により権利行使期待可能性が認められる 以下の例外あり。
  - ④取引終了につき客観性が欠ければ権利行使期待可能性が認められない。
  - ⑤借主に認識可能性があれば権利行使期待可能性が認められる。

## 【参考資料 取引終了をめぐる判例】

取引終了が争われた裁判例は無数にある。これを全部紹介することは避け、2019 年(令和元年)以降の裁判例を中心に紹介したい。以下の資料では、引用文以外も下線で重要部分を強調してある。

### 1 時効の起算が認められた事例

#### (1) カードの更新拒絶

##### (a) 合意解除と認める判例

① 東京地判令 3・5・28LEX/DB25600381 Xの信用状況の悪化を理由に、平成 20 年 12 月 31 日の旧カードの有効期限到来後はその更新をしないこととし、X に対し、同年 10 月 18 日頃、本件通知書を送付したこと、本件通知書には、有効期限の更新が否決された旨及び旧カード表面に印字されている有効期限の末日をもって期限の満了を迎える旨の記載があった事例である。X においてもこの解除の申入れを受諾したことにより、本件基本契約は旧カードの有効期限の末日である平成 20 年 12 月 31 日をもって合意解除されたと認めるのが相当であるという。

##### (b) 更新が拒絶され有効期限満了による契約の終了を認める判例

① 東京地判令 3・10・21LEX/DB25601778 Xは、平成 15 年 11 月頃から弁済を遅滞するようになり、平成 17 年 4 月頃からそれが顕著になった。Yは、X に対し、平成 20 年 4 月 4 日付けで、本件クレジットカード契約に係るクレジットカードは同月末日をもって期限の満了を迎えること及びYの審査基準等により期限の更新はできないことを通知した。平成 20 年 4 月末日をもって、本件クレジットカード契約に係るクレジットカードの有効期限が満了した。「これにより、Xは、同日以降、Yとの間で、新たにクレジットカード会員契約を締結し、その年会費等を支払い、新たなクレジットカードの交付を受けなければ、Yとの取引を行うことはできない状態になっていたと認められる。そうすると、同月末日をもって、基本契約である本件クレジットカード契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引は終了した」と認めている。

② 東京地判令 7・7・19LEX/DB25607120 基本契約 1 は、貸与されたカードの有効期限を契約そのものの有効期限とする契約であって、Yが別途更新措置を取らない限り、カードの有効期限満了をもって契約自体が当然に終了するという。Yは、平成 21 年 3 月 17 日頃、X に対し、「この度の期限更新につきましては…お見送りとさせていただきます。」と記載した本件はがきを送付し、更新措置を取らない旨を明らかにしていることから、基本契約 1 は、Yが更新措置を取らなかったことにより、カードの有効期限である平成 21 年 5 月 31 日の経過をもって当然に終了したと認める。

#### (2) 完済し以後取引がされなくなった場合

##### (a) その時点で取引の終了を認めた判決

① 東京地判令 1・7・2LEX/DB25580908 Xは、平成 20 年 2 月 27 日の弁済により借入金債務を完済した後、本件カード契約に基づく借入れや弁済をしていないことからすると、

本件取引は、同日をもって終了したと認められる。本件カード契約に基づく年会費の支払は、金銭消費貸借取引ではなく、本件カード契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引が継続していたことを示すものではない。

② 東京地判令 1・12・19LEX/DB25582316 本件取引が平成 5 年 10 月 6 日以前から開始したこと、X が平成 17 年 5 月 27 日に 4743 円を弁済し約定利率を前提とした債務を完済したこと、その後、X は Y との間で金銭消費貸借取引をしていないことが認められ、これらの事実によれば、本件取引は、過払金充当合意を含む基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引であり、平成 17 年 5 月 27 日に終了したものといえる。「本件基本契約が存続していたことを考慮しても、同日の弁済をもって本件基本契約に基づく新たな借入金債務の発生が見込まれなくなったといえるから、その後においても過払金返還請求権を行使する上での法律上の障害が存在したということはでき」ない。

③ 東京地判令 4・3・23LEX/DB25604690 X は、平成 17 年 5 月 13 日に X が約定借入金等を完済してから相当長期間にわたり新規の借入れをすることなく、また、同日時点において、当事者双方とも、X が将来の具体的な借入れの再開を予定していないとの共通認識を有していたものであり、第 2 取引の開始時点において、Y が、X の契約番号を変更するとともに、改めての与信審査を行ったことに照らせば、平成 17 年 5 月 13 日に、X と Y との間における継続的な金銭消費貸借取引が終了したものと認め、第 1 取引に係る X の過払金返還請求権の消滅時効は同日から進行すると認める。

④ 東京地判令 4・3・29LEX/DB25604907 「本件契約に基づく取引が最後に行われたのは平成 23 年 3 月 31 日のことであるから、本件取引は同日をもって終了したものであることが明らかである」。「X は、上記の最終取引日である平成 23 年 3 月 31 日に、Y に連絡をした上で本件取引における過払金発生の可能性についての認識を告げ、さらに、同日のうちに、本件契約についてはいわゆるゼロ和解とすることを了承していること（……）などからすると、X において、同日をもって本件契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引を終了させる意思を有していたことが明らかであり、その後の同年 12 月 7 日に本件和解が締結されているといった事実は、上記結論に影響すべきものではない」。

#### (b) 取引がされなくなって 10 年が経過した時点での時効起算を認めた判決

① 東京地判令 5・4・17LEX/DB25609816 (基本契約の終了不要) 「X の主張するように過払金返還請求権の消滅時効期間の起算点を基本契約の終了時点と解すると、自動継続条項のある基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引から生じた過払金返還請求権については、基本契約を解約しない限り、永久に消滅時効期間が経過しないという帰結に至る。この点について検討するに、仮に基本契約が存続していたとしても、10 年を超える期間にわたって金銭消費貸借取引がされなかった場合においては、当事者間において、今後、同取引に関して何らかの請求（仮に、貸付金債権が残存していた場合には、当該貸付金返還請求、仮に、過払金返還請求権が発生していた場合には、当該過払金返還請求）はされないであろうという法的安定性に対する期待が生じるものと考えられるが、X の主張の帰結は、この法的安定性に対する期待を害する」。「確かに、X の主張するとおり、最終の取引時点で当該取引が最終のものか否かが不明確であることは否めないが、結局、貸付け及び弁済が 10 年以上行われな

かった以上、それまでの取引で生じた債権債務関係については、これについて消滅時効を成立させて法的安定性を確保することが妥当というべきであり、このように解することが、消滅時効制度の趣旨に合致するものというべきである」。

② 東京地判令 5・2・1LEX/DB25610421 Yが本件貸付停止措置を執ったこと自体は認められるところ、Xにおいても、時期はともかく、新たな借入れができない状態にあることを認識していた。「このような事情を考慮すれば、Yが本件貸付停止措置を執った平成 14 年 1 月 31 日に本件取引に係る過払金充当合意が終了したとは認められないものの、遅くとも、Xが本件訴訟を提起した令和 3 年 12 月 16 日の前日から 10 年前である平成 23 年 12 月 15 日（本件貸付停止措置が執られてから約 9 年(11)か月後）の時点では、Xにおいて新たな借入れができないことにつき確定的な認識を有するに至っており、上記過払金充当合意は終了していた」と認めるのが相当である。

③ 東京地判令 5・10・30LEX/DB25612222 Yは平成 19 年 11 月 7 日に貸付停止措置を執ったものであるところ、Xにおいては、本件貸付停止措置から間もなく、本件契約に基づく借入れができなくなったことを認識したものと認められる。そして、Xは、その後は平成 24 年 10 月 10 日まで約 5 年間にわたり返済のみを継続し、その間に一度も借入れをすることはできなかったこと、本件貸付停止措置の前後でも返済期限の遅滞を繰り返したりしたと認められることからすると、「遅くとも過払金返還請求の日である令和 4 年 3 月 24 日（後記）の 10 年前である平成 24 年 3 月 24 日の前日までには、本件貸付停止措置が解除され本件契約に基づく借入れが再び可能となることがおよそ想定し難い状態に至っており、かつ、Xもそのように認識したものと認めるのが相当である」。「同日までに発生していた過払金返還請求権について、消滅時効の進行に係る法律上の障害はなくなった」。

### (3) 債務引受をした会社と取引を継続する場合(参考)

① 東京地判令 5・3・30LEX/DB25608364 「本件取引 1 により生じた過払金返還請求権は、Y1 に対するものに限ってみれば、新たな借入金債務の発生はもはや見込まれず、併存的に債務を引き受けた Y2 との間の本件取引 2 が継続中であつたとしても、Xは、本件取引 1 により生じた過払金を本件取引 2 の借入金債務に充当せず、Y1 に対して支払を求めることを選択することも十分に可能であり、本件取引 2 の継続が法律上の障害となるということは困難である」。「また、X主張のように解すると、切替顧客が Y2 との取引を継続する限り消滅時効が完成しないこととなり、当該切替顧客が少なくとも Y1 に対してはいわば権利の上に眠っているにもかかわらず、Y1 は、証拠の保存に要する費用負担、その散逸の危険等にさらされることとなり、消滅時効制度の趣旨に鑑みても相当でない」。

### (4) 貸金業者による貸付停止(貸出中止)

(a) 中止措置の解消が予定されていないことを根拠にする判決 貸付中止措置が、その解消はなく、新たな融資審査を経て基本契約をしない限り借入れができないことから、貸付停止の通知が、貸主による解除と認められる場合である。

(ア) 中止措置の解消が予定されていない場合

① 東京地判令 2・6・12LEX/DB25585168 Yは、平成 18 年 4 月 20 日、本件貸付中止措置をとったことが認められ、Yは、①契約書に貸付けの中止がされる場合があることが記載されていること、②融資可能金額が 0 円である旨の記載のある A T M の利用明細書を受け取っていたことからすれば、遅くとも X が 本件貸付中止措置の実行後初めて A T M を利用して弁済を行った平成 18 年 6 月 9 日までには、本件貸付中止措置が実行されたことを認識したものと認めることができる。「本件基本契約にかかる契約書上、本件貸付中止措置の解消が予定されていることを窺わせる定めはなく（……）、実際に本件貸付中止措置は最後まで解消されることはなかったのであるから、本件貸付中止措置によって本件基本契約に基づく新たな借入金債務の発生は見込まれなくなり、遅くとも平成 18 年 6 月 9 日までに X が本件貸付中止措置を認識したことにより、その時点で過払金充当合意は解消されたと認めるのが相当である」。

(イ) 中止措置が事故情報に基づく場合&中止措置の解消が予定されていない場合

① 東京地判令 4・12・6LEX/DB25607952

i 事故情報が判明し貸出を禁止 「X の信用情報にいわゆる 事故情報があることが 判明したため、Y は平成 22 年 1 月 8 日に貸付禁止措置をとり、顧客管理システム上「貸禁」フラグをたてて販促禁止と明記し、X に対する一切の貸付けを禁止したのであるから、同日以降、新たな貸付けが行われる見込みはなくなったと認められる」。「X は、平成 20 年 6 月 14 日以降、利用可能額が「¥ 0」と記載されたカード利用明細書の交付を受け、弁済を続けても一向に借入れができない状態が続いたことも併せ考えれば、遅くとも平成 22 年 1 月 8 日には、X は Y から新たな借入れができないことを認識したものと推認される」。

ii 中止措置の解消が予定されていない 「X は、上記カード利用明細書等から新たな借入れができないことを認識したとしても、将来の貸付け再開の可能性までは判断できないと主張する。しかしながら、本件取引にかかる基本契約の契約条項（乙 1）には貸付中止後に貸付けが再開されることをうかがわせる規定は存在しない上、平成 20 年 6 月の貸付中止後に X は金融事故も起こしており（……）、そのような状況下にある X が貸付け再開があると認識していたとは考え難い」。

(b) 中止措置の解消が予定されていないかどうか問題にしない判例

(ア) 基本契約の終了ではなく「新たな借入金債務の発生が見込まれなくなった時点」を問題にする判例——借主の認識を問題にする 貸付中止措置の解消が予定されていないかどうかは問題にせず、解消の可能性のある基本契約であっても、信用状態の悪化がひどく貸出停止が確定的になった場合には、借主の認識を要件として時効を起算している。貸主による解除を認定していないが、意思表示解釈として解除を認定することができる。

① 東京地判令 3・5・28LEX/DB25600058 「基本契約に基づく 新たな借入金債務の発生が見込まれなくなった時点において、過払金充当合意は解消されるものと解される」。「本件貸付停止措置がされる時点においては、X の信用状態は、与信枠の減額では足りず、新規の貸付が全くできない程度まで悪化し、その結果、本件第 2 取引契約書の規定に基づき Y が X の融資可能額を 0 円と変更した」。「他方、X としても、平成 19 年 4 月 5 日には、A T M によ

り、融資ができない旨の案内表示がされると共に、融資可能額が 0 円と記載された利用明細書の交付を受けたのであるから、その時点において、Y から新規の貸付を受けることはできないことを認識すると共に、それは、全く貸付ができない程度まで X の信用状態が悪化した結果による措置であることは当然認識しえた」。「X は、平成 18 年 5 月から平成 19 年 3 月までの間、概ね月 1 回以上の頻度で Y から借入れを行っていたにもかかわらず、同月 5 日の 3000 円の借入れを最後に、それ以降は一度も借入れを行っておらず、本件貸付停止措置は平成 22 年 8 月 2 日の最後の弁済がされるまでの 3 年以上もの間、解除されることはなかった」。「そうすると、本件貸付停止措置によって基本契約に基づく新たな借入金債務の発生は見込まれなくなり、遅くとも平成 19 年 4 月 5 日までに X が本件貸付停止措置を認識したことにより、その時点で過払金充当合意は解消されたと認めるのが相当である」。

#### (イ) 貸付停止措置により過払金充当合意の解消を認める判例

① 東京地判令 3・10・28LEX/DB25601917 Y が平成 20 年 6 月までに貸付停止措置を行ったことによって基本契約に基づく新たな借入金債務の発生は見込まれなくなった。本件取引において、D は、遅くとも同年中には、上記措置が行われたことを知り、新たな借入金債務の発生の可能性がなくなったことを認識したということができ、この時点で、過払金充当合意は解消されたと認めるのが相当である。

(c) 70 歳以上等を理由とした貸付停止 満 70 歳以上の顧客に対しては一律に貸出をせず解消もありえないので、契約が終了したものといえる。借主の認識を法律上の障害がなくなることの要件としているかのようであるが、どうしてなのかは説明がない。

#### (ア) 70 歳であることを理由とした貸出停止の事例

① 東京地判令 4・2・2LEX/DB25604316 「本件貸付停止措置の内容は満 70 歳以上の顧客に対する貸付けを平成 19 年 4 月 1 日以降は一律に停止するというものであり、実際に、同日以降は Y から X に対する貸付けは行われていない。Y は、本件貸付停止措置の内容を A T M に貼付するなどして顧客に周知したほか、平成 22 年 6 月 1 日、X の追加借入れ希望につき、本件貸付停止措置を理由にこれを断っており、同日以降、X が Y に対し借入れを求めたような事実もうかがわれない。②これらに照らすと、①本件取引においては、平成 19 年 4 月 1 日以降は新たな借入金債務が発生し得ない状態であったといえるし、②X は遅くとも平成 22 年 6 月 1 日の時点で新たな貸付けを受けることができないことを認識していたものと認められる。遅くとも平成 22 年 6 月 1 日に X が新たな貸付けを受けることができないことを認識した時点以降は、過払金返還請求権を行使するに当たっての法律上の障害はなくなっていたといふべきであ」る。

② 東京地判令 4・3・29LEX/DB25604866 ①Y は、平成 19 年 4 月 1 日以降、満 70 歳以上の者に対して貸付けを行わないことを決定し、X についても、X が満 70 歳に達した平成 20 年 10 月 14 日以降、貸付けを停止する措置をとっている。信用状態の悪化を理由とするものではなく、高齢を理由とするもので、全契約者に対して一律に同様の措置がとられていることからすると、将来的に上記措置が解除されて貸付けが再開されることは想定されていないものと認められる。②また、X が平成 20 年 10 月 14 日以降に取引をした際には、A T M の「照会画面」や利用明細票に、融資余裕額が 0 円である旨が表示されていたこと、X は、同日以

降、借入れを行っていないことからすると、Xにおいても、同日以降、新たな借入れができないことを認識していたものと推認することができる。以上のとおり、本件においては、平成 20 年 10 月 14 日時点で、XとYとの間の基本契約に基づく新たな借入金債務の発生は見込まれない状態となり、Xもそのことを認識していたのであるから、同日以降は、過払金充当合意の存在により過払金返還請求権の行使が妨げられることはない。

#### (イ) 総量規制による貸付停止の事例

① 東京地判令 5・6・6LEX/DB25598349 「YはXに対して貸付停止措置をとっているところ、この貸付停止措置が総量規制の導入によるものであり、Xが専業主婦で、ミセスローン契約に基づく貸付が法律上も想定されないこと、上記の経緯や、利用明細書に利用可能額として「0」が表示されることなどから、Xにおいても貸付停止措置を認識していたと推認されることなどからすると、遅くとも平成 22 年 6 月 18 日には新たな借入金債務の発生が見込まれなくなったといえ、取引が終了したといえる。この点、Xは、Xが就労を開始するなどして新たに借入れをする可能性があった旨主張するものの、Xの意思や生活状況など具体的な就労の可能性については何ら主張・立証がなく、Xの主張は採用できない」。

#### (ウ) 借入残高が年収の 3 分の 1 を超える者に対する新規の貸付け禁止

① 東京地判令 5・1・11LEX/DB25596811 「貸金業法の改正により、平成 22 年 6 月 18 日より、借入残高が年収の 3 分の 1 を超える者に対する新規の貸付けが禁じられたこと（貸金業法 13 条の 2）」、「Yが、上記の改正法の施行に先立ち、ホームページ上で、借入額が 50 万円を超える顧客について、収入証明書類が無ければ新たな貸付けができないこと及び年収の 3 分の 1 を超える貸付けができないことを告知したこと」、「Yの担当者が、同年 4 月 19 日、Xに対して、上記の改正法の内容を説明するとともに、収入証明書類の提出を求めていたこと」、「同年 6 月 18 日より後にXがATMによりYと取引をした場合のご利用明細書には、ご利用可能額が 0 円と記載されていたこと」、「Xが同年 5 月 12 日の借入れを最後に、それ以降、取引終了時までYから借入れをしていないこと」といった各事情を総合すれば、①Xが、同年 6 月 18 日より前までにYに対して収入証明書類を提出せず、同日をもってXに対する貸付が停止されたこと、及び、②遅くとも同月中にXにおいて貸付停止措置がされていることを認識していたと認めるのが相当である。また、この貸付停止措置は法令上の規制に基づくものであり、かつ、本件の証拠上、Xにおいて、近い将来にそのような貸付停止措置が解除されるような事情があったこともうかがえないことからすれば、同日以降、取引の継続の可能性はなくなったといえ、過払金充当合意の前提を欠くに至ったと認めるのが相当である」。

② 東京地判令 5・5・18LEX/DB25599889 「貸金業法の改正により、平成 22 年 6 月 18 日以降、借入残高が年収の 3 分の 1 を超える者に対して新規の貸付けが禁じられたこと（貸金業法 13 条の 2）、Yは、上記改正に伴い、ホームページ上で改正内容を説明するとともに、上記条件に抵触する者については、収入証明資料の提出がない限り、キャッシングの利用は制限する旨記載していたこと（乙 19）、Xに対して、平成 22 年 2 月 15 日に電話でキャッシングの利用が制限される旨を説明したこと、同年 4 月 8 日にXからの「出金できない」との連絡に対して、Yの従業員は「収入証明書の提出[を]頂ければ、その時に見直しは可能」と説明したところ、Xも「はいはいわかりました」などと応答したこと」が認められる。「以

上からすると、Y が平成 22 年 4 月 8 日までに X に対する貸付停止措置を採ったこと、及び、X が遅くとも同日にこれを認識したことが認められる」。そうすると、①貸付停止措置によって、X は上記消費貸借取引において新たに借入れを受けることができなくなったものといえ、かつ、②X もこれを認識していたのであるから、同日以降は、過払金が借入金債務に充当される可能性はなくなったといえる。「そうすると、過払金返還請求権を行使することの妨げはなくなったといえることができるから、取引終了前であっても消滅時効の進行を認めるべき特段の事情があるといえる」。

(d) **客観的に新たな貸付けが行われる見込みはなくなったことを認める判決** 新たな貸付の見込みがなくなったことを継続的な金銭消費貸借取引の終了と認める判決もあり、借主の認識を起算の要件にしないが、借主への告知を問題にしている。

① **東京地判令 4・5・24LEX/DB25605779** 「Y は、平成 20 年 10 月 16 日又は同年 11 月 1 日頃、X と Y との間の過払金充当合意を含む基本契約に基づく金銭消費貸借取引について、同基本契約の条項に基づき、X に対する今後の貸付けを行わないこととする貸付停止措置を取ることを決定し、それ以後、平成 21 年 2 月 6 日までの間、複数回にわたって、ATM 利用明細書を通じて、X に対してその旨を告知したと認められるから、遅くとも同日の時点では、客観的にみて、本件取引に関して新たな貸付けが行われる見込みはなくなったといえることができる」。「そうすると、過払金充当合意を含む基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引は、遅くとも平成 21 年 2 月 6 日の時点までには終了し、X において過払金返還請求権を行使することについての法律上の障害はなくなった」。

② **東京地判令 4・5・24LEX/DB25605778 (停止解除は予定されていないという)** 「Y は、平成 20 年 10 月 16 日又は同年 11 月 1 日頃、X と Y との間の過払金充当合意を含む基本契約に基づく金銭消費貸借取引について、同基本契約の条項に基づき、X に対する今後の貸付けを行わないこととする貸付停止措置を取ることを決定し、それ以後、平成 21 年 4 月 6 日までの間、複数回にわたって、ATM 利用明細書を通じて、X に対してその旨を告知したと認められるから、遅くとも同日の時点では、客観的にみて、本件取引に関して新たな貸付けが行われる見込みはなくなったといえることができる」。「そうすると、過払金充当合意を含む基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引は、遅くとも平成 21 年 4 月 6 日の時点までには終了し、X において過払金返還請求権を行使することについての法律上の障害はなくなったことになる」。「Y による貸付停止措置は、信用情報機関から得た信用情報をもとに一律に行われるものであり、貸付停止措置が解除されることは予定されておらず、また、現に貸付停止措置が解除された顧客も存しないのであるから (……)、貸付けが再開されることがあるということはできない」。「客観的にみて新たな貸付けが行われる見込みがなくなった以上、X において、今後の借入れが全くできなくなったことまで認識していなかったとしても、その時点で過払金返還請求権を行使することは可能になったといえるべきであ」る。

③ **東京地判令 5・9・28LEX/DB25611177** 「第 2 取引に係る基本契約の契約書には、Y の債権保全上必要と認めたときは、貸付けを停止する旨の本件規定があること」、「X は、第 2 取引につき、平成 22 年 3 月 31 日に 4000 円の借入れをしたのを最後に、同年 5 月 6 日から令和 4 年 2 月 24 日の最終弁済日までの長期間、弁済のみを行い、新たな借入れを一切してい

ないこと」、「平成 23 年 3 月分の弁済を怠っていた X は、同年 4 月 4 日 (X は当時 67 歳)、弁済に関して Y に電話し、Y 担当者から収入証明の提出を求められる一方で、勤務先を退職して再就職しておらず、無職である旨告げたこと」、「Y は、上記回答を受けて、本件規定に基づき、X に対する与信設定を 0 円に変更して貸付停止に係る本件措置を執り、あわせて X に対し、新規の貸付けはできない旨の説明をしたこと」、「Y における貸付停止措置に関する運用として、上記措置を講じた場合、ATM 機から発行される「ご利用明細」には、「利用可能額」欄に「\*」と表示して利用金額が無いことを明らかにするとともに、ATM 機にカードを挿入しても、借入れのための表示ボタン（「ご融資」、「ご利用可能額」等のボタン）が表示されず、借入れができないように設定されること」、「現に X が平成 23 年 4 月 18 日、ATM 機から交付を受けた「ご利用明細」(……) にも「利用可能額」欄に「\*」との記載がされていたこと」、「X は、平成 23 年 10 月 11 日及び同年 12 月 20 日、弁済等に関して Y に電話し、その際、現在も無職である旨告げる一方で、Y から、貸付再開の可否等について何らかの発言がされた形跡はないこと(……)が認められる」。

以上から「X は、平成 23 年 4 月 4 日の電話の際、Y から本件措置についての説明を受けており、少なくとも同月 18 日の返済の際に発行された前記利用明細の記載をもって本件措置の認識を確実にしたものと考えられるから、遅くとも同日の時点では、客観的にみて、本件取引に関して新たな貸付けが行われる見込みはなくなった」、「過払金充当合意を含む基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引は、遅くとも平成 23 年 4 月 18 日には終了し、X において過払金返還請求権を行使することについての法律上の障害はなくなった」。

#### (5) 貸主が消費者金融からの事実上撤退した場合

① 東京地判令 4・6・17LEX/DB25606272 Y は、平成 21 年 6 月 27 日までに、融資業務を終了するとともに、提携 ATM における出金（借入れ）の取扱いを停止する等して、顧客に対し、新規の借入れができない旨を周知した。Y は、X に対しては、平成 21 年 5 月 18 日に貸付停止措置を取った。Y は、遅くとも平成 21 年 6 月 27 日までに全顧客に対する融資業務を終了しており、以後、基本契約に基づく新たな借入金債務の発生は見込まれなくなったといえる。X は、遅くとも同日までに、新たな借入れができなくなったことを認識していたと認めるのが相当である。「よって、遅くとも同年 6 月 27 日以降、過払金充当合意を否定する特段の事情があるというべきである」。

## 2 時効の起算を否定する判決

### (1) 借主の認識を必要としそれを否定した判決

① 東京地判平 31・2・28LEX/DB25559788 「過払金充当合意を含む基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引において、過払金充当合意という法律上の障害がなくなったというためには、借主において、貸主が基本契約に基づく新たな貸付けを今後一切しないこととする旨の措置を採り、新たな借入金債務の発生が見込まれなくなったことを認識することが必要と解するのが相当である。本件においては、平成 16 年 2 月 13 日、同月 26 日、同年 4 月 15 日及び同年 6 月 1 日に被告 ATM から発行された各明細書の「ご融資可能金額」欄に

「¥0」と記載されている（……）が、これらはいずれも、Yにおいて本件貸付禁止措置を採ったという同年7月27日より前に（Yによると貸付中止措置の段階で）発行されたものであるから、Xにおいて、Yが本件貸付禁止措置を採り、新たな借入金債務の発生が見込まれなくなったことを認識したとは認められず、そのほか、Xが同事実を認識したと認めるに足りる証拠はない（なお、仮に、同日の後に同様の記載のある明細書がYのATMから発行されていたとしても、Xとしては、本件貸付禁止措置というそれまでとは違う局面に入ったことを認識することはできないものである。）」。

## （2） 以後の取引が予定されていなかったとは認められなかった事例

貸金業者により貸付停止措置が採られ、それを借主が認識しても、取引再開の可能性がある、暫定的な措置にすぎないなどとして、取引が終了し新たな貸金債権が成立する可能性（それへの過払金の充当）がなくなったとはいえないという判例が多い。貸主は取引を終了させる意図であっても、客観性を否定して取引終了を否定することになる。客観性を否定し、取引終了は認めつつも時効を起算しないという解決を直截に述べる判決はない。

### ① 東京地判平 31・1・16LEX/DB25558667

i 再開の可能性あり 「Yは、遅くとも平成17年8月4日までには、同取引について貸付停止措置をとっており、その後新たな貸付けがされないまま、平成28年8月4日まで弁済のみが継続されたものである」。「しかし、b取引の基本契約には、Yの判断により新たな借入れが中止されることがある旨の定めが設けられているにすぎず、中止されていた新たな借入れがYの判断により再開される可能性があったものと認められる」。

ii 借主の認識もない 「また、上記貸付停止措置は、Yの一方的な措置として行われたにすぎず、新たな借入れを実施しないことについて、XとYとの間で合意がされたり、この合意について書面が取り交わされたりしたものではない。Xは、ATMのご利用明細書の記載等により、自身が新たな貸付けを受けられない状態にあることを認識していたものと推認できるが、貸付停止措置が上記のようなYの一方的かつ暫定的な措置であったことからすれば、Xは、依然として、弁済を継続し、約定残元金の返済が進めば、再び上記基本契約に基づき新たな貸付けを受けられることができるとの期待を有していたものと解される」。「以上に照らせば、b取引については貸付停止措置がとられていたものの、XとYは、依然として、過払金返還請求権の精算方法及び精算時期につき取引終了時に一括清算とするという合理的意思を有していたものと認めるのが相当であり、同取引の終了以前に過払金返還請求権の消滅時効が進行するものと認めるべき特段の事情を認めることはできない」。

② 東京地判令 1・7・11LEX/DB25581151 「Xが、平成14年12月28日、前取引の約定債務の残額である27万6932円を一括して繰上げ返済したこと、その後、1年3か月足らずの期間、YとXとの間で本件基本契約に基づく金銭消費貸借取引は行われていないことは認められるものの（前記争いのない事実）、他方で、前取引と本件取引はいずれも本件基本契約に基づいて行われたものであること、本件基本契約に基づく金銭消費貸借取引が行われなかった期間は1年2か月余りであり、全体の取引期間が約15年間であることからすれば短期

間にすぎないことなどに加え、本件全証拠によっても、当事者間において、平成 14 年 12 月 28 日の返済により、以後の取引が予定されていなかったと認めるに足りる事情は認められない。「以上によれば、前取引の完済により Y と X との間の継続的な金銭消費貸借契約が終了したとはいえ」ない。

③ 東京地判令 1・10・3LEX/DB25581062 「平成 19 年 10 月 29 日以降の時点で X が Y に対し新たな借入れをしない意思を表明したことを認めるに足りる証拠はなく、最終貸付け後長期にわたり弁済しかされていない状況があったことをもって上記意思が表明されたと認めることはできない。また、本件取引につき新たな借入金債務が発生する可能性はなお否定されていなかった以上、上記の状況があったことのみをもって新たな借入金債務の発生が見込まれないことが客観的に明らかになったということもできない」。「したがって、上記特段の事情の存在を認めることはでき」ない。

④ 東京地判令 2・1・28LEX/DB25583668 「Y において、将来にわたり X に対する貸付けをしない旨の確定的な意思表示をしたことを認めるに足りる証拠はなく、他方、X において、将来にわたり本件取引 1 に基づく借入れを一切することができないとの認識を有していたことを認めるに足りる証拠もないことからすれば、Y の主張する貸付中止措置とは、Y の内部における与信判断の結果にすぎず、少なくとも X の認識としては、X の信用状況が変われば将来的に借入れが再開される可能性もなお否定されていなかったものと認められる。そして、本件取引 1 において、弁済のみとはいえ、取引自体はなお継続していたことを踏まえると、Y において貸付中止措置がとられ、長期にわたり弁済のみが継続する状況になったことをもって過払金充当合意が消滅したと認めることはできない」。

⑤ 宮崎地判令 2・3・25LEX/DB25566550 「本件取引は、X・Y 間の過払金充当合意を含む基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借取引であるところ、X の信用事故が信用情報に登録されたことを理由に、Y は、X に対し、平成 14 年 10 月 30 日、基本契約について貸付禁止措置を講じ X も同日以前は、借入と返済を繰り返していたにもかかわらず、同日以降は、返済のみを行っていた」。「しかし、基本契約においては、融資極度額を減少させた事由が解消されれば、Y の審査によって融資極度額が増額される可能性があり、Y の貸付禁止措置が直ちに恒久的なものであったとはいえない。そして、X の信用事故の内容や Y が X に対し貸付禁止措置を講じた前後の交渉経過が明らかではない本件においては、貸付禁止措置後、「ご利用可能額」が 0 円と記載された領収書兼ご利用明細書を Y の A T M を通じて X が受領していたことを踏まえても、Y の貸付禁止措置が解消される可能性があったことを否定することはできない。そして、X においても、Y から今後一切借入れをすることができないと認識していたとは認められない。よって、Y の貸付禁止措置により新たな借入金債務の発生が見込まれなくなったということとはできない」。

⑥ 大阪地判令 2・3・31LEX/DB25566549 「X は平成 7 年 3 月 10 日から 13 年以上にわたって、毎月のように借入と返済を繰り返してきたにもかかわらず、平成 20 年 7 月 28 日を最後に借入をしていないこと、Y は X につき平成 20 年 8 月 11 日に貸付停止措置をとったこと、平成 20 年当時における X の信用情報に事故情報の登録はなかったことが認められる。X が、平成 20 年 8 月 11 日以降、その信用の回復により新たな借入ができたと認識していた可

能性は否定できなかったといわざるを得ず、Xにおいて、もはやYから新たな借入を行うことはできないと客観的に認識できたと認めるには足りないし、その他にこれを認めるに足りる証拠もない」。

⑦ 東京地判令 2・11・11LEX/DB25586991 「結果的に平成 19 年 6 月 8 日より後に貸付がなかったとしても、平成 20 年 12 月 27 日以降について、新たな債務の発生が見込まれなくなったとはいえず、特段の事情があるとは認められない」。

⑧ 東京地判令 3・1・22LEX/DB25588085 「本件各取引に係る基本契約には、Yが必要と認めた場合には、いつでも利用限度額を減額し、又は新たな貸出を中止することがあるとの約定があり、これに基づき、YがXらに対し平成 20 年 10 月 16 日に今後の貸付けを行わないとの貸付停止措置を執ったことが認められる」。「しかしながら、貸付停止措置は、借主の信用状態に応じて行われたものであるから、信用状態の回復によって解消される可能性が全くないとはいえない。たとえ現実には同措置の解消がされなかったとしても、同措置が将来にわたり永続的なものか否かという点につきYと借主との間で明確な合意がなく、過払金充当合意が解除されたという事実もない以上、借主にとっては、新たな借入れが将来的に全く不可能であるのかどうかは判別することができない」。本件各取引の基本契約書の文言上も、「債権者が必要と認めた場合には」「新たな貸出を中止することがあります」と記載されているにとどまり、「貸付けの中止が一時的なものか永続的なものかは一義的に明確ではなく、また、Yの一方的な判断で貸付けを中止することができるのと同様にYの一方的な判断で貸付けを再開することも可能である」と解される。そうすると、Xらが貸付停止措置後の取引期間中に過払金返還請求権を行使しようとしても、Yから借入れが可能になったとして過払金充当合意の存在を対抗される可能性も否定できず、過払金充当合意が過払金返還請求権の行使を妨げる法律上の障害となり得る状況であることに変わりはない」（「特段の事情」に該当すると解することもできない）。

⑨ 東京地判令 3・2・19LEX/DB25587883 「上記趣旨に照らせば、同取引が終了したといえるためには、基本契約に基づく新たな借入金債務の発生が客観的に見込まれなくなったことに加え、過払金返還請求権を行使することになる借主において、その原因となる事実関係を、少なくとも認識し得たことが必要であるというべきである」。「Yが、XA取引1、XB取引及びXC取引に係る基本契約については平成 20 年 10 月 16 日に、XD取引に係る基本契約については同年 11 月 1 日に貸付停止措置をとり、現在まで、Xらに対する貸付停止措置は解除されていないことが認められ、Yとしては、永続的な措置として貸付停止措置をとったものとうかがわれるところである」。「しかし、Yが、Xらに対し、貸付停止措置をとった事実及びその具体的な内容を告知したと認めるに足りる証拠はな<sup>い</sup>」。「貸付停止措置がとられた後、XらがATMで対象基本契約について貸付操作又は貸付照会操作をした際の明細票に、原告A、原告B及び原告Cについては、「モウシワケゴザイマセンガ ユウシノ ゴキボウニハオウジラレマセン」との印字がされ、原告Dについては、「ヨウウガク ヲ ゴサンシヨウクダサイ」又は「ザンダカハユウシカノウガクデス」との印字がされたことが認められるものの、上記印字によっては、貸付停止措置がとられたこと自体は推知し得るとしても、それが一時的なものであるか永続的なものであるかを判別することはできない」。「そうする

と、貸付停止措置によって、対象基本契約に基づく新たな借入金債務の発生が客観的には見込まれなくなったと仮定しても、Xらにおいて、その原因となる事実関係を認識し得たということはできない」。

⑩ 東京地判令 5・10・10LEX/DB25610239 「Xは、本件取引において、合計 185 回の借入れをしたところ、平成 22 年 6 月 4 日の借入れを最後として、本件契約に基づく借入れをしていないことが認められる。しかしながら、同日時点において、Xが、その後も本件契約に基づく借入れをする可能性は十分存在したから、Xが同日よりも後の日に本件契約に基づく借入れをしていないことをもって直ちに、新たな借入金債務の発生が見込まれなくなったと認めることはできず、上記（１）の特段の事情が存在するということができない」。

⑪ 東京地判令 4・2・24LEX/DB25604382 「Yは、平成 17 年 3 月 8 日から同年 4 月 8 日までの間に、Xに対し、上記〔１〕の規定に基づき、借入限度額の減額又は貸出中止の措置（以下「本件措置」という。）をとったことが認められる」。他方で、「本件措置が借入限度額の減額及び貸出中止のいずれであるか明らかでなく、仮に貸出中止の措置であったとしても、事後の事情変更により解除されることのない不可逆なものであるかどうかを含めて、その具体的内容が明らかでなく、本件措置が被告主張の途上与信の結果に基づくものであると認めることもできない。これに加えて、本件被告取引 2 に係る基本契約が解除されたり、カードの失効手続がとられたりしたことがうかがわれないことからすれば、本件措置がとられた時点において、YのXに対する新たな貸付けの可能性がなかったということとはできない」。「本件措置は、Yが内部的かつ一方的に実施したことが認められ、YがXに対して本件措置の実施及びその具体的内容につき事前ないし事後に通知をした事実とはうかがわれないから、Xは、本件措置が実施されたこと及びその内容を認識していなかったというべきであり、本件措置がとられた時点で、本件被告取引 2 に係る基本契約に基づく将来の貸付けの見込みがないことを認識していたとはいえない。また、一般に、借主は信用状態が回復すれば、再び与信枠が復活するものとして返済を継続するのが通常であることから、Xが本件被告取引 2 に係る基本契約に基づく将来の貸付けの見込みがないことを認識し得たともいえない」。

⑫ 東京地判令 4・9・27LEX/DB25607480 「YがXに対し平成 20 年 10 月 16 日に今後の貸付けを行わないとの本件措置 1 を執ったことが認められる」。「しかしながら、本件措置 1 を含む貸付停止措置は、その理由等について公表されないまま、借主の信用状態に応じて行われたものであって、信用状態の回復によって解消される可能性が全くないものと即断することはできない」。「仮に、実際には上記措置の解消がされなかったとしても、上記措置が将来にわたり永続的なものか否かという点につきYと借主との間で明確な合意がなく（後記ウでも敷衍して説示する。）、過払金充当合意が解除されたことを裏付ける適切な証拠もない以上、借主にとって、新たな借入れが将来的に全く不可能であるのかどうかを判断することが困難であるといわざるを得ない。すなわち、本件契約書の文言上も、「債権者が必要と認めた場合には、…新たな貸出を中止することがあります」と記載されているにとどまり、貸付けの中止が一時的なものにとどまるのか、永続的なものかは一義的に明確ではないことからすると、Yの一方的な判断で貸付けを中止することができるのと同様にYの判断により貸付けを再開することも可能であると解される」「このように、Yの判断により貸付けの停止も

再開も許容する上記の定めに基づいてYが本件措置1を執ったことから、取引継続中に過払金返還請求権の行使を可能にする効果を生じさせるような「過払金返還請求権の行使について上記内容と異なる合意」が存在するものとみることは相当ではなく、上記の「特段の事情」に該当すると解することも相当ではない。

⑬ 東京地判令 5・3・2LEX/DB25609169 「Yは、平成14年12月6日頃、顧客に対して貸付停止措置を採った場合には、YのATMから弁済をした顧客に対し、「ご利用可能額」を「¥0」と表示した領収書を発行していた」。「Yは、Xの与信枠について、遅くとも平成20年5月7日までは100万円としていたものの、同年8月7日には、これを0円として貸付停止措置を採った」。「Yは、上記貸付停止後である同月26日、Yの店舗に設置されたATMを利用したXに対し、「申し訳ございませんが、当社の規定によりご融資ができません。ご返済は通常どおり受付可能です。ご不明な点はレシート記載のフリーダイヤルへお問合せ下さい。」という案内を表示させた」。「他方で、Yの規約(…)をみると、貸付停止後の貸付け再開を不可能とする規定は見当たらない」。「かえって、本件基本契約2(……)をみると、1条2項で「前項により契約極度額の減額または貸付の中止が行なわれた後に、契約極度額の減額事由あるいは貸出の中止事由が解消された場合」「契約極度額」欄に記載の額の範囲内で契約極度額を増額することができるものとします。」と記載されている」。「また、前記ア(ウ)の事情のみでは、Xが、将来の借入れ再開が全くないと認識することができたとは認めることができない」。「これらのことからすると、貸付停止措置によって、基本契約に基づく新たな借入金債務の発生が見込まれなくなったとするYの主張は採用することができない」。

⑭ 東京地判令 5・6・29LEX/DB25598183 本件各貸付停止措置は、Yの内部的な経営情報を含む動機に基づき行われたものと解されるところ、Yが提出するATM電文データ(…)からは、その時点において、融資余裕額が0とされ、その時点において借りることができる金額が0円であったことを表しているにすぎないから、これらの記載から直ちに、Dが将来の借入金債務の発生可能性がないことを認識していたことが明らかであるとはいえない。また、仮に本件各貸付停止措置がとられていたとしても、借主であるDの信用状況の悪化等を原因とする貸付停止措置であったことを認めるに足りる証拠はなく、専ら貸主であるYの内部的事情に起因する措置であったと解されることに照らせば、Dにおいては、新たな借入れが将来的に全く不可能であったかどうかまでは判別することはできず、また、実際にも、その後の状況の変更により、Yにおいて利益になると判断した場合には貸付けが再開される可能性があったものと考えられる。なるほど、本件基本契約書(乙9)の3条には、「ただし、この利用限度額は、債権者が必要と認めた場合には、いつでも減額し、あるいは新たな貸出を中止することがあります。」との記載があるが、同文言は、債権者が必要と認めた場合、限度額が減らされること及び新たな貸出を中止する可能性について合意しているにすぎず、同文言をもって、融資が永久的に停止することについてDが承諾していたとまでは解されない。「本件において、Dにおいて、基本契約に基づく新たな借入金債務の発生が客観的に見込まれなくなったことに加え、Dにおいて、過払金返還請求権を行使すべきものとするに至ることが可能となる事実関係を少なくとも認識し得たとまではいうことができない」。

⑮ 大阪地判令 5・7・26LEX/DB25597613 「Yは、平成 23 年 5 月 17 日に Y が本件貸付停止措置を執ったことにより、過払金充当合意は失効ないし解消し、過払金充当合意を含む基本契約に基づく継続的な金銭消費貸借契約取引は終了したとして、同日までに発生した過払金返還請求権については、同日から消滅時効が進行し、その後に発生した過払金については、個々の返済時から個々の過払金返還請求権の消滅時効が進行すると主張する」。「Y の貸付停止措置は、Y が債権保全上の判断に基づいて一方的に行うものであって、個別に債務者の同意や承認を要するものではない」、「本件貸付停止措置に当たって、X と Y との間で、過払金が発生している場合には X においてその返還請求権を行使し、今後発生する過払金についてはその都度その返還を請求する旨が黙示にでも合意されたとは認められない」ことからすると、上記特段の事情があるとはいえず、X の Y に対する本件の過払金返還請求権の消滅時効は、取引が終了した平成 28 年 3 月 14 日から進行する」。

「国民生活研究」第 65 巻第 1 号 (2025 年 7 月)

〔論 文〕

## 企業における消費者志向経営の取組と その効果に関する実証研究

佐 藤 雄一郎\*

本研究は、消費者志向経営の定義と概念を整理し、企業における消費者志向経営の取組が経営上の成果や改善にどのような影響を及ぼすかを実証的に明らかにすることを目的とした。2024 年 7 月から 8 月にかけて ACAP 会員企業 483 社に Web 調査を行った（有効回答 338 件）。共分散構造分析を実施した結果、経営トップのコミットメントがコーポレートガバナンスの確保や従業員の積極的活動を後押しし、社会的課題を踏まえた商品・サービス改善や社内外の評価にまで影響を及ぼす関係が確認された。さらに、ガバナンス体制や従業員の主体的活動が社会課題対応型の製品・サービス開発を促進し、それが企業の評価向上にもつながることが示唆され、消費者志向経営が CSR やサステナビリティの取り組みと結びつきながら競争力を高める戦略となり得る可能性が示された。これらの知見は、トップが明確な方針を示し、必要なガバナンスと組織体制を整えることが、従来の CSR や顧客対応を超えて消費者志向を浸透させるうえで重要であることを意味している。すなわち、経営トップのリーダーシップと組織基盤の整備が相互に作用し、企業の競争力や社会的評価の向上につながる可能性があると考えられる。

1. 問題意識
2. 消費者志向経営の概念と変遷
3. 消費者志向経営に関する先行研究
4. 方法
5. 結果
6. 考察と今後の展開

---

\*さとうゆういちろう（公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）ACAP 研究所長）

本研究では、消費者志向経営の定義と概念を整理し、企業における消費者志向経営の取組が経営上の成果や改善にどのような影響を及ぼすかを明らかにすることを目的とする。そのために、まず消費者志向経営の歴史的変遷をたどったうえで、2016 年に提示された消費者庁の定義、同時期の公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）の定義、そして 2021 年に再整理された消費者庁の定義を比較し、現行の公式定義とされる 2021 年版の特徴と課題について論じる。そのうえで、消費者志向経営に関する先行研究を概観し、実証研究が不足している点をリサーチギャップとして位置づける。

## 1. 問題意識

近年、消費者志向経営では、企業と消費者が「共創・協働」しながら社会価値を創出することの重要性が叫ばれている（消費者庁，2021）。しかし、こうした理念が企業活動にどの程度定着し、経営戦略として具体的にどのように活かされているかについては、なお十分に検証されていない。たとえば、消費者庁が 2016 年以降に導入した「消費者志向自主宣言」制度により、企業が自主的に消費者志向の取組を宣言し、継続的に点検・公表する枠組みが整えられた。令和 7 年 3 月時点で宣言を行う事業者は 870 社<sup>1)</sup>となり、着実に自主宣言を行う企業は増えてきているものの、日本の上場企業（2025 年 3 月末時点で 3962 社<sup>2)</sup>全体と比較しても約 2 割強<sup>3)</sup>であり、さらなる普及の余地がある。

一方で、消費者庁や関連団体が消費者志向経営の定義やガイドラインを示しているにもかかわらず、企業がどのように取り組み、具体的な成果を得ているかを明確に示す実証研究は少ないのが現状である。こうした背景を踏まえ、本研究は、企業の消費者志向経営の実態とその効果を解明し、組織変革や社会価値創出につなげるうえでの課題を検討することを目的とする。消費者志向経営のさらなる発展に向け、実態調査と分析を通じて得られる示唆を提示したい。

## 2. 消費者志向経営の概念と変遷

消費者志向経営の概念は、時代の要請とともに進化してきた（表 1）。2015（平成 27）年 3 月に閣議決定された第 3 期消費者基本計画（消費者庁，2015）を受けて「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」が開かれ、その成果として 2016（平成 28）年 4 月に報告書が

<sup>1)</sup> 消費者庁 Web サイト

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_partnerships/consumer\\_oriented\\_management/businesses/#~:text=%E5%8F%82%E5%8A%A0%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E8%80%85](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/consumer_oriented_management/businesses/#~:text=%E5%8F%82%E5%8A%A0%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E8%80%85)

<sup>2)</sup> 日本取引所グループ Web サイト

<https://www.jpx.co.jp/listing/co/index.html?referral=aw-stlk#:~:text=%E6%9C%88%E6%9C%AB%E6%97%A5%20%E3%83%97%E3%83%A9%E3%82%A4%E3%83%A0%20%E3%82%B9%E3%82%BF%E3%83%B3%E3%83%80%E3%83%BC%E3%83%89%20%E3%82%B0%E3%83%AD%E3%83%BC%E3%82%B9%20TOKYO,6>

<sup>3)</sup> 消費者志向自主宣言企業は、非上場企業も含まれるので、単純に上場企業数と比較することはいえない。参考値として提示した。

まとめられた。この報告書 (2016 年版) の定義は、「事業者が、現在の顧客だけでなく、消費者全体の視点に立ち、消費者の権利の確保及び利益の向上を図ることを経営の中心に位置付けること」(消費者庁, 2016, p. 5) とされており、消費者とのコミュニケーションを深化させ、健全な市場形成と消費者市民社会の実現を目指す経営理念が示されている。具体的には、(1) 経営トップのコミットメント、(2) コーポレートガバナンスの確保、(3) 従業員の積極的活動、(4) 事業関連部門と品消法関連部門の有機的連携、(5) 消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換、(6) 消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発、という 6 本の取組の柱が明示された(消費者庁, 2016)。

また、同時期の 2015 年 9 月には、ACAP (消費者関連専門家会議) が独自に消費者志向経営を定義している。ACAP は、「事業者が社会の一員としてその責任を十分に理解し、消費者の権利・利益を尊重し、消費者視点に基づいた事業活動を行うとともに、持続可能な社会に貢献する経営のあり方」と位置づけ、企業が社会の一員として果たすべき責任に焦点を当てている<sup>4)</sup>。さらに、会員企業の経営層への働きかけ、消費者啓発活動、優良な消費者志向活動の表彰などを通じて、企業と消費者の関係性を強化し、社会への貢献を高めることを目指している。

その後、消費者庁は、2020 (令和 2) 年 3 月に閣議決定された第 4 期消費者基本計画に基づき、「消費者志向経営の推進に関する有識者検討会」を開催し、持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現を見据えた新たな視点を検討した。その成果として、2021 年に消費者志向経営の概念が再整理され (以下、2021 年版の定義と記載)、『『消費者』と『共創・協働』して『社会価値』を向上させる経営」(消費者庁, 2021, p. 5) と定義した。ここでは、消費者を「事業者の提供する商品やサービスを現在または将来利用する主体」とし、「共創・協働」は企業と消費者が双方向のコミュニケーションを通じて Win-Win の関係を築くことを意味する。また「社会価値」は、企業が本業を通じて地域や社会の課題解決に寄与し、社会全体の持続可能性を向上させることである (消費者庁, 2021)。

2021 年版の定義では、ESG や SDGs と関連づけられた持続可能な社会の実現を強く意識し、消費者との協働によって社会的価値を創出することが大きな特徴である。一方で、2016 年版で示された 6 本の取組の柱の多くが 2021 年版の定義では「法令を遵守／コーポレートガバナンスの強化をすること」に統合され (消費者庁, 2021)、リスク低減の一環として位置づけられた。この結果、消費者との双方向のコミュニケーションや経営トップのコミットメントといった具体的な活動が当たり前の活動として着目されなくなる懸念が生じた。実際、2021 年度の「消費者志向経営の推進に関する有識者検討会報告書」(消費者庁, 2022) では、「消費者志向経営の概念整理が必要である。」、「消費者と共創・協働して社会価値を向上させると経営とは何かをもう少し分かりやすく丁寧に説明頂くと、中小企業の理解が進み良い。」(p. 53) という声の有識者から示され、中小企業でも取り組みやすいように指針を明確化する必要性が強調された。

<sup>4)</sup> ACAP の消費者志向経営の定義は、以下の Web ページに記載されている。  
<https://www.acap.or.jp/activity/consumer-oriented-management/>

なお、第 4 期消費者基本計画の終了後、2025 年 3 月には第 5 期消費者基本計画が閣議決定された。ここではデジタル化・高齢化・グローバル化といった社会変化を踏まえ、「多様な脆弱性を持つ現実の消費者」に対する視点転換が政策の核とされている（内閣府, 2025）。消費者と企業が「共創・協働」する活動としての消費者志向経営を継続的に推進し、単なる CSR とは異なる形で商品・サービス改善を通じて社会的価値を共に創出する方針が打ち出されており、エシカル消費の促進や適正な価格転嫁への理解醸成、双方向コミュニケーションによる信頼構築など、具体的な課題への対応が求められている。

表 1：消費者志向経営の定義の比較

| 比較要素     | 消費者庁の定義(2016)                                                     | ACAPの定義(2015)                                                                    | 消費者庁の定義(2021)                   |
|----------|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 定義の内容    | 「事業者が、現在の顧客だけでなく、消費者全体の視点に立ち、消費者の権利の確保及び利益の向上を図ることを経営の中心と位置付けること」 | 「事業者が社会の一員としてその責任を十分に理解し、消費者の権利・利益を尊重し、消費者視点に基づいた事業活動を行うとともに、持続可能な社会に貢献する経営のあり方」 | 「『消費者』と『共創・協働』して『社会価値』を向上させる経営」 |
| 要素       | ・ 経営トップのコミットメント                                                   | ・ 会員の資質向上                                                                        | ・ みんなの声を聴き、かついかすこと              |
|          | ・ 消費者の視点を反映したコーポレートガバナンス                                          | ・ 会員企業の経営層への働き掛け                                                                 | ・ 未来・次世代のために取り組むこと              |
|          | ・ 組織体制の整備                                                         | ・ 消費者志向経営の輪の拡大                                                                   | ・ 法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化          |
|          | ・ 従業員の意識改革と行動促進                                                   | ・ 消費者啓発活動                                                                        |                                 |
|          | ・ 消費者情報の共有                                                        | ・ 優良な消費者志向活動の表彰                                                                  |                                 |
|          | ・ 消費者との双方向の情報交換                                                   |                                                                                  |                                 |
| 論じていること  | ・ 消費者の権利と利益の向上                                                    | ・ 消費者の権利と利益の尊重                                                                   | ・ 消費者との共創・協働                    |
|          | ・ 顧客のみならず消費者視点                                                    | ・ 持続可能な社会への貢献                                                                    | ・ 社会価値の向上                       |
|          | ・ 消費者中心の経営の在り方                                                    | ・ 消費者視点の事業活動                                                                     | ・ 持続可能な社会の実現                    |
|          |                                                                   | ・ 社会的責任                                                                          |                                 |
| 論じていないこと | ・ 消費者との共創・協働                                                      | ・ 消費者との共創・協働                                                                     | ・ 消費者視点の具体的な事業活動                |
|          | ・ 社会価値創出の視点                                                       | ・ 社会価値創出の具体的な方策                                                                  | ・ 社会価値向上のための具体策                 |

（出所：筆者作成）

### 3. 消費者志向経営に関する先行研究

本研究では、以上のように展開してきた消費者志向経営の定義・概念を踏まえながら、企業が消費者志向経営に取り組むことによって経営上の成果や改善にどのような影響があるのかを、定量的に検証することを目的とする。そこで、本章ではまず、消費者志向経営の先行研究をレビューし、理論的背景や研究の蓄積状況を示したうえで、実証的課題を整理する。

消費者志向経営に関する先行研究は、いくつかのテーマに基づいて分類できる（表 2）。まず、消費者志向経営の歴史的変遷や定義の進化に焦点を当てた研究として竹内(2020)が挙げられる。この研究では、消費者保護から持続可能性の重視へと進化した消費者志向経営の概念が、1960 年代から 2010 年代までの社会的背景を反映しながらどのように変遷してきたかが分析されており、企業の社会的責任が拡大する過程が示された。

次に、消費者志向経営の具体的な実践方法やその効果に関する研究が存在する。この分野では、飛田(2020;2021)が挙げられる。飛田(2020)は、金融業、不動産業、製造業の事例を通じて、企業が短期的な利益追求だけでなく、消費者や社会の長期的な利益向上を目指すべきであり、そのためにはイノベーションや ESG 投資の導入が重要であると論じている。飛田(2021)は、消費者志向経営が SDGs や ESG 投資と密接に関連し、企業が消費者と協働して価値を創造する必要性を強調している。また、専門性を持った人材の育成が不可欠であると指摘し、実践のための具体例を提示している。

消費者志向経営の情報開示や透明性に関する比較分析を行った研究としては、太細(2020)がある。太細は、英国の CIC 制度<sup>5)</sup>と日本の消費者志向自主宣言を比較し、情報開示の自由度や実効性について分析している。この研究は、情報開示のあり方が企業の自主性と信頼性にどのように影響するかを検討し、日本の消費者志向経営の発展に向けた示唆を提供している。

また、企業が消費者をステークホルダーとしてどのように認識し、実際の経営に反映させているかに関する実態調査が殿崎(2020)によって行われている。この研究では、日本企業の多くが消費者を十分にステークホルダーとして認識しておらず、消費者志向経営の実践が限定的であることが明らかにされている。

さらに、消費者行動の変化に対応した消費者志向経営の実践方法について論じた清水(2017)や、アフターコロナ時代における消費者志向経営の進化をテーマにした坂倉(2022)も重要である。清水(2017)は、消費者志向経営を進めるうえでの従業員の積極的な活動や双方向の情報交換が企業に求められているとし、インターネットや SNS の利用拡大に伴う企業の対応力強化を提案している。坂倉(2022)は、新型コロナウイルス感染症の影響で加速するデジタル化や非接触サービスの普及を背景に、企業が消費者とのコミュニケーションやオープンイノベーションを進化させる必要性を論じている。

これらの研究を総合すると、消費者志向経営を正面から取り上げた先行研究の蓄積はまだ十分とはいえず、業種別の事例研究や理論的な提案はあるものの、汎用的な指針や実践フレームワークを裏付けるための実証的研究が不足している点が課題である。また、企業が消費者志向経営を導入した際に、どのような経営上の成果や社会的価値の向上が得られるのかという定量的エビデンスが乏しいことも課題である。

一方、消費者庁の報告書(消費者庁, 2016, 2020, 2021)は、消費者志向経営の定義や概念を整備し、具体的な推進施策や評価基準を示している。企業の自主宣言を促し、優れた事例を表彰するなど、実践の促進に寄与している。しかし、その取り組みが実際の企業活動でどの程度効果を発揮しているかを示す客観的なデータや、異なる業界・ビジネスモデルにおける汎用性に関する研究は不足している。また、BtoC 中心の視点が強く、BtoB ビジネスを手がける企業への適用可能性や重要性をどのように考えるかも課題として指摘されて

<sup>5)</sup> CIC は英国会社法上の社会的企業形態で、コミュニティ利益を目的に設立される。資産処分制限・配当上限を課しつつ株式会社同様の設立・運営を認める。監督官庁へ年次報告書 CIC34 を提出し、活動と影響、利害関係者協議、取締役報酬、資産処分、配当、成果連動利子、署名の 7 項目をライトタッチ方式で開示する制度である(太細, 2020)。

いる（大熊, 2021；消費者庁, 2022）。

このように、消費者庁の報告書や先行研究は、消費者志向経営の重要性とその実践方法について一定の議論を展開しているものの、消費者志向経営の定義は抽象的で具体的な実践指針が不明確であり、先行研究も特定の業界に依存しているため、汎用的な指針や実践フレーム、経済的・社会的効果の実証的な研究が不足している。

このため、本研究では、企業における消費者志向経営がどのように展開され、どのような効果であったのかを、定量調査を通じて明らかにする。この検証を通じて、消費者志向経営の今後の可能性や課題に対する示唆を得ることを目指す。

表 2：消費者志向経営に関する先行研究の概要と研究領域

| 出典         | 先行研究の概要                                  | 歴史的<br>変遷 | 概念提示 | 具体的な<br>実践方法 | 評価基準<br>・効果 |
|------------|------------------------------------------|-----------|------|--------------|-------------|
| 竹内(2020)   | 消費者志向経営の歴史的変遷を分析し、概念の変化と背景を探る。           | ○         | ○    |              |             |
| 太細(2020)   | 英国のCIC制度と日本の消費者志向自主宣言を比較し、両者のメリットと課題を分析。 |           |      | ○            |             |
| 飛田(2020)   | 金融業、不動産業、製造業の事例を通じて、消費者志向経営の実践手法を探る。     |           |      | ○            |             |
| 飛田(2021)   | 消費者志向経営とSDGs/ESG投資の関係を分析し、人材育成の重要性を強調。   |           |      | ○            |             |
| 殿崎(2020)   | 企業が消費者をステークホルダーとして認識する実態を調査し、課題を明確にする。   |           |      | ○            |             |
| 清水(2017)   | 消費者行動の変化に応じた消費者志向経営の進め方を分析。              |           |      | ○            |             |
| 坂倉(2022)   | コロナ禍での消費者志向経営の進化とデジタル化の影響を分析。            |           |      | ○            |             |
| 大熊(2021)   | B to Bビジネスにおける消費者志向経営の重要性を実証研究。          |           |      | ○            | ○           |
| 消費者庁(2016) | 消費者志向経営の定義と具体的行動を提案し、企業の持続的成長と価値向上を期待。   |           | ○    | ○            | ○           |
| 消費者庁(2020) | 消費者志向経営の定義と評価基準を議論し、新しい経営概念を提案。          |           | ○    | ○            | ○           |
| 消費者庁(2021) | 消費者志向経営の概念整理や評価基準の見直しを報告。                |           | ○    | ○            | ○           |

（出所：筆者作成）

## 4. 方法

### 4-1. 仮説

以上を受けて本研究では、企業における消費者志向経営が具体的にどのように行われ、どのような効果があるのかを、定量調査を通じて明らかにする。

検証のために、消費者庁(2016)の枠組みをもとに、消費者志向経営に関する企業の取り組みを「組織体制の整備・仕組みづくり」「消費者に対する具体的活動」「評価・見直し」のサイクルでモデル化した。具体的には、消費者庁(2016)をもとに、消費者志向経営の概念の変更（消費者庁, 2021）などを踏まえた形で、経営トップのコミットメントを中心とした具体的な活動に重きを置くとともに、消費者との双方向のコミュニケーションや持続可能な社会への貢献といった新たな要素も盛り込んだ。

これらの要素を統合し、分析モデルとして図 1 の通り設定する。そのうえで、次の仮説を設定する。

第 1 に、経営トップのコミットメントは、企業の消費者志向経営の推進における最初のステップであり、これにより経営層や従業員の積極的な活動が促進され、コーポレートガバナンスの確保などの組織体制の整備が進むと考えられる。よって、次の仮説 1 を設定する。

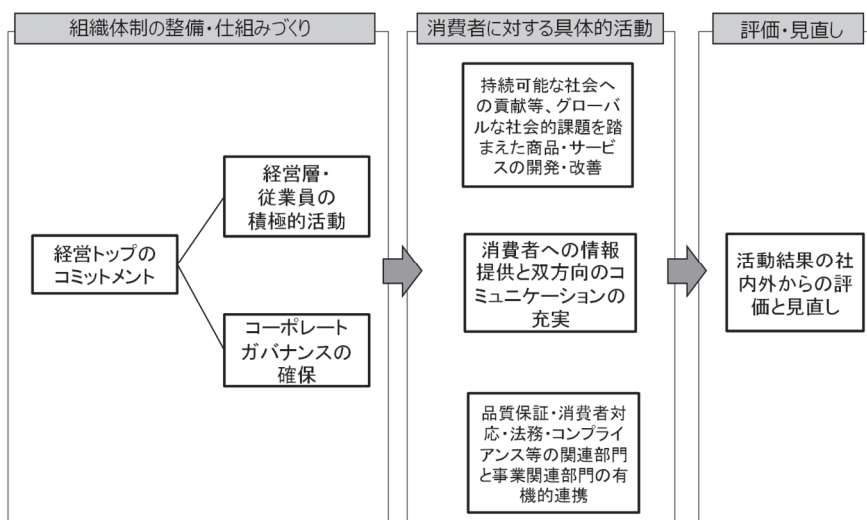
仮説 1：経営トップのコミットメントが組織体制の整備・仕組みづくりに影響を与える。

第 2 に、経営トップのコミットメントと、それに基づく組織体制の整備・仕組みづくり（経営層・従業員の積極的な活動やコーポレートガバナンスの確保）は、消費者に対する商品・サービスの開発・改善、消費者への情報提供と双方向のコミュニケーション、部門間の有機的な連携といった具体的な活動に影響を及ぼすものと考えられる。よって、次の仮説 2 を設定する。

仮説 2：経営トップのコミットメントおよび組織体制の整備が、消費者に対する具体的な活動に影響を与える。

第 3 に、経営トップのコミットメントから始まり、組織体制の整備、さらに消費者に対する具体的な活動が順次進行することで、最終的に社内外の評価・見直しに影響を与え、消費者志向経営の PDCA サイクルが回ると考えられる。よって、次の仮説 3 を設定する。

仮説 3：経営トップのコミットメント、組織体制の整備、および消費者に対する具体的な活動が評価・見直しに影響を与える。



（出所：筆者作成）

図 1：本研究の分析モデル

#### 4-2. 調査対象・方法

上記の仮説を検証するために、定量調査として、公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）で、「企業における消費者対応体制に関する実態調査」（2024 年 7 月～8 月 Web 調査・2024 年 12 月刊行）を実施した。2024 年 7 月 24 日から 8 月 27 日にかけて、ACAP の会員企業 483 社の正会員にメールにて調査依頼を行い、各社の代表者 1 名が回答した。対象者は、メールのリンク先に案内された Web 上の専用アンケート回答フォームにアクセスして、回答した。集計対象数（有効回答数）は 338 社（回答率 70.0%）であった。調査対象企業の属性は、表 3 の通りとなる。

表 3：調査対象企業の属性

|             |             | 度数（社） | 構成比（%） |
|-------------|-------------|-------|--------|
| 業種          | 食品          | 122   | 36.1   |
|             | 機械・衣料       | 11    | 3.3    |
|             | 化学・石油       | 39    | 11.5   |
|             | 電機          | 4     | 1.2    |
|             | 輸送機器        | 7     | 2.1    |
|             | 精密機器        | 3     | 0.9    |
|             | その他製造業      | 54    | 16.0   |
|             | 流通・サービス     | 35    | 10.4   |
|             | 金融・保険       | 26    | 7.7    |
|             | 電力・ガス・電話・通信 | 5     | 1.5    |
|             | 運輸・旅行       | 4     | 1.2    |
|             | 情報産業        | 4     | 1.2    |
|             | 団体          | 8     | 2.4    |
|             | その他         | 16    | 4.7    |
| 従業員規模       | 1～299人      | 62    | 18.3   |
|             | 300～999人    | 94    | 27.8   |
|             | 1000～2999人  | 76    | 22.5   |
|             | 3000～4999人  | 27    | 8.0    |
|             | 5000～9999人  | 28    | 8.3    |
|             | 10000人以上    | 51    | 15.1   |
| 消費者志向自主宣言状況 | 自主宣言企業      | 75    | 22.2   |
|             | 非自主宣言企業     | 263   | 77.8   |
| 合計          |             | 338   | 100    |

（出所：筆者作成）

#### 4-3. 測定尺度

本研究で用いる消費者志向経営に関する尺度については、2016 年 4 月に消費者庁から公表された「消費者志向経営の取組促進に関する検討会報告書」の内容をもとに、具体的な活動項目<sup>6)</sup>を設問として作成した。消費者庁(2016)の内容を基本としつつ、その後、経済社会環境の変化や官庁・国際情勢の動向、消費者志向経営の概念の変更(消費者庁, 2021)などを踏まえ、一部項目を追記した。なお、消費者庁(2016)の枠組みを基本としたのは、既述の通り、企業が消費者志向経営を推進するための具体的な活動指針が明確であるためである。

以上を踏まえ、消費者庁(2016)の消費者志向経営の「取り組みの柱」である「①経営トップのコミットメント」「②コーポレートガバナンスの確保」「③経営層・従業員の積極的活動」「④品質保証・消費者対応・法務・コンプライアンス等の関連部門と事業関連部門の有機的連携」「⑤消費者への情報提供と双方向のコミュニケーションの充実」「⑥持続可能な社会への貢献等、グローバルな社会的課題を踏まえた商品・サービスの開発・改善」「⑦活動結果の社内外からの評価と見直し」を項目化した。それぞれの設問は、5 段階のリッカート・スケールを用いた。具体的な設問は、表 4 の通り 36 項目である。

<sup>6)</sup> 設問については、ACAP 消費者志向経営推進ステップシートの内容を参考になっている。ACAP 消費者志向経営推進ステップシートとは、2016 年 4 月に消費者庁から公表された「消費者志向経営の取組促進に関する検討会(ACAP も委員として参加)報告書」の内容をもとに、消費者志向事業者団体である ACAP がその実践に向けて想定される活動例をマトリックス形式でまとめ、「ACAP 消費者志向経営推進ステップシート」として提起してきた。

その後、経済社会環境の変化や官庁・国際情勢の動向、消費者志向経営の概念の変更(消費者庁, 2021)などを踏まえて、改訂した。基本的には、消費者庁(2016)をもとに、経営トップのコミットメントを中心とした具体的な活動に重きを置くとともに、消費者との双方向のコミュニケーションや持続可能な社会への貢献といった新たな要素も盛り込んだ枠組みとした。そのうえで、ACAP の視点で、企業が消費者志向経営を推進するうえで求められる活動の大枠区分ごとに、「取組の柱」、「モデルとなる活動」、「ステップ 1～2」の各項目を横(左から右)に配置し、それぞれの項目の内容を縦に表記している。ACAP 消費者志向経営推進ステップシートは以下の URL に掲載されている。

<https://www.acap.or.jp/wp/wp-content/uploads/2020/02/stepsheet.pdf>

表 4：消費者志向経営「取り組みの柱」の質問項目

|                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------|
| 経営トップのコミットメント                                                                |
| 経営層は消費者志向経営推進の重要性を企業理念や経営方針の中で明文化している。                                       |
| 経営層は消費者志向経営推進に関する自社の取り組み姿勢を社内外に公表している。                                       |
| 経営層は消費者志向経営推進に向けたリーダーシップを発揮している。                                             |
| 消費者対応部門の方針や運営等に経営層が関与している。                                                   |
| コーポレートガバナンスの確保                                                               |
| 消費者をはじめステークホルダーの声が迅速に経営層に届く実効性のある仕組みがある。                                     |
| 取締役会や経営会議等において、消費者志向経営に関する自社の取り組みや社会の動向等の情報共有、協議が行われている。                     |
| 本業に関わる法令の遵守は無論のこと、消費者関連法規の遵守を徹底している。                                         |
| 公益通報窓口が設置され、機能している。                                                          |
| 経営層・従業員の積極的活動                                                                |
| 経営層は、消費者志向経営の実践が企業の社会的責任を果たすことにつながることを自覚・理解し、実践している。                         |
| 従業員は、消費者志向経営の実践が企業の社会的責任を果たすことにつながることを自覚・理解し、実践している。                         |
| 自社では、従業員に消費者関連の専門資格の取得を推奨している。                                               |
| 自社では、消費者関連の専門資格保有者を消費者志向経営の推進に有効活用している。                                      |
| 自社では、消費者関連の専門資格保有者を適正に評価している。                                                |
| 各部門の目標に、消費者志向経営推進に関する評価項目を組み入れている。                                           |
| 従業員の個人目標に、消費者志向経営推進に関する評価項目を組み入れている。                                         |
| 自社では、お客様対応に関わる従業員に対して、相談を受け入れたり、発生した問題に対して関係部署と対応して解決に当たるなど、メンタル面でのケアを行っている。 |
| 自社では、消費者志向経営推進にあたって、関連するサプライ・バリューチェーンの理解と協力を得るべく働きかけている。                     |
| 自社における消費者志向経営の推進のために、研修（お客様対応以外の研修も含む）を定期的実施している。                            |
| 自社における消費者志向経営の推進のために、外部団体が行っているセミナーや研修会に従業員を参加させている。                         |
| 自社における消費者志向経営の推進のために、従業員の資格取得など自己啓発の援助（例：自己啓発に関する情報提供や金銭的援助など）を行っている。        |
| 品質保証・消費者対応・法務・コンプライアンス等の関連部門と事業関連部門の有機的連携                                    |
| 消費者からのリスクに関わる声を品質保証・消費者対応等の関連部門と事業関連部門で共有し、開発・改善に活かしている。                     |
| 緊急事態（例：リコール）発生時、速やかに関連部門が連携し、被害の拡大防止や被害者救済を行っている。                            |
| 個人情報保護に関するしくみやルールが整備され、自社での対応方針がお客様に分かりやすく公開されている。                           |
| 消費者への情報提供と双方向のコミュニケーションの充実                                                   |
| 商品・サービスの内容や取引方法、安全や環境等に関する情報を、わかりやすく提供している。                                  |
| 消費者や消費者関連団体等との意見交換等、双方向コミュニケーションを行っている。                                      |
| 多様な消費者に配慮した情報コンテンツとコミュニケーションツールを提供している。                                      |
| 持続可能な社会への貢献等、グローバルな社会的課題を踏まえた商品・サービスの開発・改善                                   |
| 消費者の生活の質的向上や安全・安心に資する商品・サービスについて消費者、社会の動向を定期的に調査している。                        |
| 消費者、社会の変化やニーズを把握し、消費者の生活の質的向上や安全・安心に資する商品・サービスを提供している。                       |
| 持続可能な社会の発展や社会的課題の解決に貢献する商品・サービスを開発・提供している。                                   |
| 高齢者や子供、障がい者、外国人等多様な消費者が利用可能な商品・サービスを開発・提供している。                               |
| 自社の従業員に対してお客様の声を直接聴く機会が設けられている。                                              |
| お客様の声を経営に活かすために、自社内に従業員の声を活かす場（例：プロジェクトチームや〇〇会）がある。                          |
| 自社内の従業員の声を活かす場（例：プロジェクトチームや〇〇会）に経営層が参加している。                                  |
| 従業員が集めたお客様の声（コールセンター以外）についても、それを吸い上げて改善する機構や機関がある。                           |
| 活動結果の社内外からの評価と見直し                                                            |
| 経営層は消費者志向経営を推進する活動実績や組織体制を定期的に見直し、改善している。                                    |
| 自社における消費者志向経営の取り組みをCSR報告書、有価証券報告書など「株主」や「機関投資家」といったステークホルダー向けの報告資料に盛り込んでいる。  |

（出所：ACAP 消費者志向経営ステップシートの内容を踏まえ、筆者作成）

## 5. 結果

### 5-1. 信頼性分析

本設問は、消費者庁(2016)をもとにした設問構成のため、7 つの取り組みの柱それぞれについて、信頼性分析（ $\alpha$  係数）を行い、信頼性係数が .60 以上の水準を満たした場合は、尺度化することとした。その結果、「①経営トップのコミットメント」(.89)、「②コーポレートガバナンスの確保」(.69)、「③経営層・従業員の積極的活動」(.92)、「④品質保証・消費者対応・法務・コンプライアンス等の関連部門と事業関連部門の有機的連携」(.68)、「⑤消費者への情報提供と双方向のコミュニケーションの充実」(.66)、「⑥持続可能な社会への貢献等、グローバルな社会的課題を踏まえた商品・サービスの開発・改善」(.87)、「⑦活動結果の社内外からの評価と見直し」(.71) であった。

### 5-2. 分析に用いた変数間の関係

分析にあたって、製造業ダミー（製造業か非製造業か）、従業員数ダミー（従業員規模が 1000 人未満か 1000 人以上か）、消費者志向自主宣言ダミー（消費者志向自主宣言をしているかしていないか）の属性を用いた。

全回答 338 件のデータの特徴を確認するために、各変数間の平均値、標準偏差、信頼性係数、相関関係について、項目平均値を尺度得点として算出した。変数間の関係を表 5 に示す。

表 5：分析尺度の記述統計量、信頼性係数と相関係数

|                                              | 度数  | 平均値  | 標準<br>偏差 | 信頼性<br>係数<br>( $\alpha$ ) | 1       | 2       | 3      | 4      | 5      | 6      | 7      | 8      | 9      | 10 |
|----------------------------------------------|-----|------|----------|---------------------------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----|
| 1 製造業ダミー                                     | 338 | .71  | .45      | —                         | --      |         |        |        |        |        |        |        |        |    |
| 2 従業員数(1000人)ダミー                             | 338 | .46  | .50      | —                         | .160**  | --      |        |        |        |        |        |        |        |    |
| 3 消費者志向自主宣言ダミー                               | 338 | .22  | .42      | —                         | -.067   | -.294** | --     |        |        |        |        |        |        |    |
| 4 経営トップのコミットメント                              | 292 | 3.60 | 1.27     | .89                       | -.200** | -.221** | .468** | --     |        |        |        |        |        |    |
| 5 コーポレートガバナンスの確保                             | 258 | 4.16 | .82      | .69                       | -.207** | -.266** | .409** | .753** | --     |        |        |        |        |    |
| 6 経営層・従業員の積極的活動                              | 222 | 3.10 | .98      | .92                       | -.030   | -.236** | .393** | .756** | .664** | --     |        |        |        |    |
| 7 品質保証・消費者対応・法務・コンプライアンス等の関連部門と事業関連部門の有機的連携  | 313 | 4.60 | .59      | .68                       | .000    | -.264** | .240** | .409** | .637** | .455** | --     |        |        |    |
| 8 消費者への情報提供と双方向のコミュニケーションの充実                 | 290 | 3.62 | .93      | .66                       | -.146*  | -.256** | .360** | .623** | .645** | .713** | .582** | --     |        |    |
| 9 持続可能な社会への貢献等、グローバルな社会的課題を踏まえた商品・サービスの開発・改善 | 261 | 3.76 | .90      | .87                       | -.183** | -.284** | .337** | .697** | .709** | .677** | .532** | .752** | --     |    |
| 10 活動結果の社内外からの評価と見直し                         | 248 | 3.39 | 1.30     | .71                       | -.241** | -.383** | .445** | .804** | .705** | .703** | .475** | .652** | .742** | -- |

\* $p < .05$     \*\* $p < .01$

(出所：筆者作成)

### 5-3. 属性ごとの平均値の比較

消費者志向経営における「取り組みの柱」の 7 つの尺度について、属性別（製造業・非製造業、従業員数 1000 人未満・1000 人以上、消費者志向自主宣言あり・なし）に平均値を比較した（表 6）。

表 6：属性別での尺度ごとの平均値一覧

|                                                |         | 度数  | 平均値  | 標準偏差 | 標準誤差 | t値                   | 自由度 |
|------------------------------------------------|---------|-----|------|------|------|----------------------|-----|
| 経営トップのコミットメント                                  | 製造業     | 203 | 3.43 | 1.30 | .09  | -3.68 ***            | 194 |
|                                                | 非製造業    | 89  | 3.98 | 1.12 | .12  |                      |     |
|                                                | 1000人以上 | 126 | 3.28 | 1.24 | .11  | -3.86 ***            | 290 |
|                                                | 1000人未満 | 166 | 3.84 | 1.24 | .10  |                      |     |
|                                                | 自主宣言企業  | 74  | 4.62 | .56  | .07  | 12.72 ***            | 270 |
|                                                | 非自主宣言企業 | 218 | 3.25 | 1.26 | .09  |                      |     |
| コーポレートガバナンスの確保                                 | 製造業     | 177 | 4.05 | .85  | .06  | -3.63 ***            | 186 |
|                                                | 非製造業    | 81  | 4.41 | .70  | .08  |                      |     |
|                                                | 1000人以上 | 113 | 3.92 | .86  | .08  | -4.41 ***            | 256 |
|                                                | 1000人未満 | 145 | 4.36 | .74  | .06  |                      |     |
|                                                | 自主宣言企業  | 68  | 4.72 | .42  | .05  | 9.60 ***             | 229 |
|                                                | 非自主宣言企業 | 190 | 3.96 | .84  | .06  |                      |     |
| 経営層・従業員の積極的活動                                  | 製造業     | 149 | 3.08 | 1.00 | .08  | -0.45 <sup>n.s</sup> | 220 |
|                                                | 非製造業    | 73  | 3.14 | .95  | .11  |                      |     |
|                                                | 1000人以上 | 96  | 2.84 | .89  | .09  | -3.61 ***            | 220 |
|                                                | 1000人未満 | 126 | 3.30 | 1.00 | .09  |                      |     |
|                                                | 自主宣言企業  | 59  | 3.74 | .76  | .10  | 7.05 ***             | 128 |
|                                                | 非自主宣言企業 | 163 | 2.87 | .95  | .07  |                      |     |
| 品質保証・消費者対応・法務・コンプライアンス等の<br>関連部門と事業関連部門の有機的連携  | 製造業     | 222 | 4.60 | .54  | .04  | 0.00 <sup>n.s</sup>  | 311 |
|                                                | 非製造業    | 91  | 4.60 | .72  | .08  |                      |     |
|                                                | 1000人以上 | 141 | 4.43 | .73  | .06  | -4.59 ***            | 210 |
|                                                | 1000人未満 | 172 | 4.74 | .41  | .03  |                      |     |
|                                                | 自主宣言企業  | 73  | 4.86 | .28  | .03  | 6.40 ***             | 276 |
|                                                | 非自主宣言企業 | 240 | 4.52 | .64  | .04  |                      |     |
| 消費者への情報提供と双方向のコミュニケーションの<br>充実                 | 製造業     | 202 | 3.53 | .93  | .07  | -2.50 <sup>n.s</sup> | 288 |
|                                                | 非製造業    | 88  | 3.82 | .89  | .10  |                      |     |
|                                                | 1000人以上 | 130 | 3.35 | .87  | .08  | -4.49 ***            | 288 |
|                                                | 1000人未満 | 160 | 3.83 | .92  | .07  |                      |     |
|                                                | 自主宣言企業  | 68  | 4.22 | .72  | .09  | 7.42 ***             | 139 |
|                                                | 非自主宣言企業 | 222 | 3.43 | .91  | .06  |                      |     |
| 持続可能な社会への貢献等、グローバルな社会的課題<br>を踏まえた商品・サービスの開発・改善 | 製造業     | 177 | 3.65 | .92  | .07  | -3.00 **             | 259 |
|                                                | 非製造業    | 84  | 4.00 | .81  | .09  |                      |     |
|                                                | 1000人以上 | 115 | 3.47 | .88  | .08  | -4.77 ***            | 259 |
|                                                | 1000人未満 | 146 | 3.99 | .86  | .07  |                      |     |
|                                                | 自主宣言企業  | 67  | 4.28 | .64  | .08  | 6.80 ***             | 163 |
|                                                | 非自主宣言企業 | 194 | 3.58 | .91  | .07  |                      |     |
| 活動結果の社内外からの評価と見直し                              | 製造業     | 169 | 3.17 | 1.35 | .10  | -4.25 **             | 192 |
|                                                | 非製造業    | 79  | 3.84 | 1.05 | .12  |                      |     |
|                                                | 1000人以上 | 103 | 2.80 | 1.20 | .12  | -6.50 ***            | 246 |
|                                                | 1000人未満 | 145 | 3.80 | 1.21 | .10  |                      |     |
|                                                | 自主宣言企業  | 68  | 4.32 | .83  | .10  | 9.35 ***             | 184 |
|                                                | 非自主宣言企業 | 180 | 3.03 | 1.27 | .09  |                      |     |

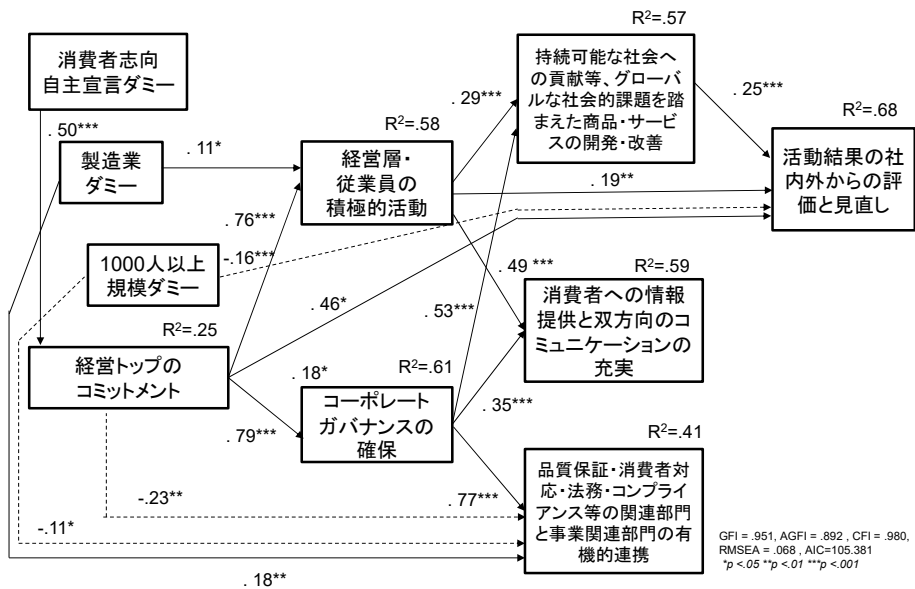
\*\* $p<.01$  \*\*\* $p<.001$

（出所：筆者作成）

業種別には、「経営層・従業員の積極的活動」「品質保証・消費者対応・法務・コンプライアンス等の関連部門と事業関連部門の有機的連携」以外で製造業よりも非製造業の平均値が有意に高かった。従業員規模別では、全ての取り組みにおいて、1000 人未満よりも 1000 人以上規模の方が、消費者志向自主宣言別では、非自主宣言企業よりも自主宣言企業の平均値が有意に高かった。

#### 5-4. 因果モデルの検討

本研究の仮説モデルに基づいて、共分散構造分析を行った。消費者志向経営における「取り組みの柱」の 7 つの尺度について欠損値がない 177 件を対象に分析をした<sup>7)</sup>。分析に際しては、統制変数として製造業ダミー、従業員数 1000 人以上規模ダミー、消費者志向自主宣言ダミーを投入し、消費者志向経営に関する「組織体制の整備・仕組みづくり」「消費者に対する具体的活動」「評価・見直し」に関する全ての変数のパスを仮定した。次に、「組織体制の整備・仕組みづくり」の各変数から「評価・見直し」への直接的なパスも仮定して分析を行った。分析の結果、有意でないパスが示されたため、それらのパスを削除して、モデル内のパスが全て有意になるまで分析を繰り返した。最終的なモデルを図 2 に示す。



(出所：筆者作成)

図 2：消費者志向経営推進における因果モデル

<sup>7)</sup> 各尺度の設問について、「分からない」「当該設問の回答を差し控える」と回答した場合、欠損値として共分散構造分析の対象からは除外した。

本モデルの適合度指標は、GFI = .951、AGFI = .882、CFI = .980、RMSEA = .068、AIC = 105.381 であった。一般に AGFI は .90 以上が望ましく、RMSEA は .05 以下が好ましいとされるが、本分析では AGFI が .90 を下回り、RMSEA も .05 をやや上回った。一方で、GFI および CFI は十分に高い水準を示したことから、総合的にみて本モデルの適合度は概ね許容範囲と判断できる。

結果から読み取れることは次の通りである。まず、「自主宣言ダミー」から「経営トップのコミットメント」への係数は  $\beta = .50$  (\*\* $p < .001$ ) となり、自主宣言を行った企業ほどトップが消費者志向を打ち出している傾向が統計的に裏づけられた。その「経営トップのコミットメント」は、「経営層・従業員の積極的活動」へ  $\beta = .76$  (\*\* $p < .001$ )、「コーポレートガバナンスの確保」へ  $\beta = .79$  (\*\* $p < .001$ ) の大きな影響を与えており、トップのリーダーシップが組織全体の行動活性や統制・ルール整備を強く後押ししていることが示唆される。

この「経営層・従業員の積極的活動」は、さらに「社会的課題を踏まえた商品・サービスの開発・改善」へ  $\beta = .29$  (\*\* $p < .001$ ) の影響を及ぼしていた。また、「コーポレートガバナンスの確保」から「社会的課題を踏まえた商品・サービスの開発・改善」へのパスは  $\beta = .53$  (\*\* $p < .001$ ) と高めで、ガバナンスをしっかりと機能させることで、社会的課題への対応策やリスク管理を踏まえた改善活動が円滑に進む可能性を示している。

一方、製造業ダミーは「経営層・従業員の積極的活動」( $\beta = .11$ ,  $*p < .05$ )と「関連部門と事業関連部門の有機的連携」( $\beta = .18$ , \*\* $p < .01$ )のいずれにも有意な正の影響を及ぼしていた。なお、製造業は非製造業に比べていくつかの尺度で平均値が有意に低い項目が見られたが、分析結果からは因果関係として経営層や従業員の参画、および部門間連携を促進する要因となっていることが示唆される。すなわち、製造業には経営層や従業員の積極的な活動や部門間連携を高める土台がある可能性が、統計的に確認されたといえる。また、大規模企業(1000人以上規模ダミー)は、「関連部門と事業関連部門の有機的連携」( $\beta = -.11$ ,  $*p < .05$ )と「活動結果の社内外からの評価と見直し」( $\beta = .16$ , \*\* $p < .001$ )のいずれにも有意な負の影響を及ぼしていた。規模が大きい企業ほど各項目の平均値自体は有意に高いものの、因果関係の観点では部門間連携に対してマイナスに作用し、結果的に消費者志向経営の活動評価と検証が十分に行われにくくなる可能性が示唆される。

また、「経営トップのコミットメント」から「関連部門と事業関連部門の有機的連携」へのパスは  $\beta = -.23$  (\*\* $p < .01$ ) となり、有意な負の影響を与えていた。逆に、「経営トップのコミットメント」から「活動結果の社内外からの評価と見直し」へは  $\beta = .46$  ( $*p < .05$ ) と高い有意な係数が得られ、トップが打ち出す方針やリーダーシップが評価面に直接波及する効果が大きいことがうかがえる。

「情報提供と双方向のコミュニケーション」に関しては、「経営層・従業員の積極的活動」から  $\beta = .49$  (\*\* $p < .001$ )、「コーポレートガバナンスの確保」から  $\beta = .35$  (\*\* $p < .001$ ) のいずれも有意な影響を受けており、現場レベルの行動やガバナンス体制整備が進んだ企業ほど消費者とのやり取りを活発にしていると考えられる。ただし、「情報提供と双方向のコミュニケーション」から「社内外の評価」には統計的に有意な影響を及ぼしていないため、コミュニケーション自体が評価を押し上げる要因とは統計的にはいえなかった。

さらに、「社会的課題を踏まえた商品・サービスの開発・改善」から「活動結果の社内外からの評価と見直し」に至るパスは  $\beta = .25$  (\*\* $p < .001$ ) で統計的に有意だった。これは環境・社会課題への配慮を盛り込んだ製品・サービスを展開することが、消費者やステークホルダーの評価にプラスに働くことを示唆している。また、「経営層・従業員の積極的活動」から「活動結果の社内外からの評価と見直し」に至るパスも  $\beta = .19$  (\*\* $p < .01$ ) と有意であり、社員のモチベーションや主体的行動が評価に直結することが確認された。

さらに、「経営トップのコミットメント」から各変数を媒介とする「活動結果の社内外からの評価と見直し」への影響を検証するために、ブートストラップ法 (1000 ブートストラップ) を用いて、バイアス修正済みの信頼区間推定により、各変数を媒介とした直接効果、間接効果と総合効果の有意水準を検証した。「経営トップのコミットメント」から「活動結果の社内外からの評価と見直し」の直接効果は .46、間接効果は .31、総合効果は .76 となった。

総括すると、まず「自主宣言ダミー」が「経営トップのコミットメント」を高め、トップの強いリーダーシップが従業員の活動やガバナンス整備を促し、そこから商品・サービス改良や双方向コミュニケーションが進む構造が見いだされた。さらに、その開発・改善や従業員活動が「社内外の評価と見直し」を高めるうえで重要な経路として機能している。製造業ダミーは従業員活動と部門連携にプラス、1000 人以上規模ダミーは部門連携と評価にマイナスという結果も有意に示されたため、企業の業種や規模によっては、消費者志向経営の推進状況や課題が異なることがうかがえる。一方、経営トップのコミットメントから部門連携へのパスは有意に負の影響を及ぼしており、トップダウン型アプローチが部門間協力を阻害してしまうことが示された。

以上の分析から、消費者志向経営の一連のサイクルを回していくうえでは、まずは経営トップが明確にリーダーシップをとり、自社のガバナンスや従業員の活動を活性化させ、その成果を商品・サービスや情報発信へ反映していく基本的な流れが鍵となることが改めて裏づけられた。あわせて、業種や企業規模の違いによる有意な差異も存在するため、企業ごとの特性や課題を踏まえつつ、社会課題へ配慮した開発と効果的なコミュニケーション施策を組み合わせしていく戦略が、評価と見直しの向上には欠かせないと考えられる。

### 5-5. 仮説の検証

本研究では、消費者志向経営における組織体制・活動プロセスについて、図 1 で示した分析モデルに基づいた 3 つの仮説を検証した。

仮説 1: 「経営トップのコミットメントが組織体制の整備・仕組みづくりに影響を与える」については、共分散構造分析の結果によれば、トップのコミットメントがコーポレートガバナンスの確保や従業員の積極的活動へ強く作用していた。さらに、自主宣言ダミーから経営トップのコミットメントへの有意な影響が確認されたことも含め、トップによる消費者志向の明確化が組織の制度・ルール整備やメンバーの意識・行動に及ぼす影響が大きいことが裏づけられる。よって、仮説 1 は十分に支持されるといえる。

仮説 2: 「経営トップのコミットメントおよび組織体制の整備が、消費者に対する具体的

な活動に影響を与える」については、分析では、経営トップのコミットメントから従業員活動やガバナンス整備を経由し、「社会的課題を踏まえた商品・サービスの開発・改善」「情報提供と双方向のコミュニケーション」へも有意に影響が及ぶ構造が見出された。とくにガバナンス整備から商品・サービス改善へのパスや、経営層・従業員の活動から情報提供・コミュニケーションへのパスなどが示すように、トップの方針と組織的仕組みの整備が従業員や関連部門に浸透し、実際の対消費者活動を後押ししているといえる。したがって、仮説 2 も支持される結果となった。

仮説 3:「経営トップのコミットメント、組織体制の整備、および消費者に対する具体的な活動が評価・見直しに影響を与える」については、トップのコミットメントが直接的に評価へ影響を及ぼすパスに加え、組織体制（ガバナンス）や従業員活動を通じた商品・サービスの開発・改善も評価を高める要因として有意であることが確認された（たとえば社会的課題を踏まえた開発改善から社内外評価へのパス）。また、大企業ダミー（1000 人以上）については負の方向で評価に有意に作用していたが、これは規模拡大にともなう部門間連携の難しさなど、別の要因が作用している可能性がある。いずれにせよ、トップのリーダーシップと組織基盤、具体的な活動の三者が評価面において統計的に有意な効果を及ぼす経路が示されたため、仮説 3 も概ね支持されたと考えられる。

総括すると、経営トップのコミットメントが企業の組織基盤や従業員行動を強く牽引し、それが消費者志向の具体的な取り組み（商品・サービス改善や情報発信など）へと連動することで、最終的な社内外の評価・見直しに有意な影響を及ぼす構造が成立しているといえる。3 つの仮説はいずれも一定の支持を得ており、リーダーシップ・組織体制・具体的な活動が一体となって消費者志向経営を推進し、評価を高め次なる活動への見直しに繋がるなど、消費者志向経営の推進結果を総括していることが示唆される。

## 6. 考察と今後の展開

### 6-1. 理論的意義

本研究の理論的意義は、大きく 3 つの観点から説明できる。

まず、第 1 の意義は、経営トップのコミットメントが組織全体の活動や評価を牽引するメカニズムを実証的に示した点にある。本研究の分析結果から、トップのリーダーシップがコーポレートガバナンスの確保や従業員の積極的活動を高め、そこから社会的課題を踏まえた商品・サービスの開発・改善や社内外評価にまで波及するプロセスが統計的に裏づけられた。先行研究でも経営トップのリーダーシップが重要である（消費者庁, 2016）ことは論じられてきたが、それが組織体制整備と従業員行動を同時に活性化し、最終的に企業評価へ連鎖的に結びつく多層的な因果関係を示した点は新しい知見である。

次に、第 2 の意義は、組織体制（ガバナンス）や従業員活動と社会課題対応型の開発・改善との結びつきを実証した点である。本研究では、ガバナンス整備や従業員の主体的活動が、社会的課題を織り込んだ製品・サービス開発を促進し、それが企業評価を高めるという流れを統計的に捉えた。従来、消費者志向経営と CSR・サステナビリティとの関連は

示されていたが（消費者庁, 2021）、具体的にどのような組織要因が社会課題対応を支えているかについては包括的なモデル検証が不足していた。本研究の結果は、消費者志向経営が CSR やサステナビリティの論点と結合しながら企業の競争力や評価を高める戦略となり得ることを示した。

さらに、第 3 の意義は、企業属性（業種・規模）と消費者志向経営の評価との関係を定量的に示した点である。製造業ダミーが従業員活動や部門連携を高め、1000 人以上（大規模）企業ダミーが部門連携や評価にマイナスの影響を及ぼすといった結果は、消費者志向経営が単一のパターンで成り立つのではなく、企業規模や業種によって効果や推進方法が変化しうることを明らかにしている。先行研究では特定業界や事例の検討が多く、業種間・規模間の差異を体系的に扱う研究は限定的だったため、本研究の知見は今後、産業間比較やセクターごとの消費者志向経営のあり方を議論するうえで理論的な基盤を提供する。

総じて、本研究は経営トップのコミットメントから組織体制、そして社会課題対応型の具体的活動に至る一連のメカニズムを実証的に明らかにし、企業属性を含む複合的な要因が消費者志向経営と評価との関係を左右することを示す点で、先行研究の枠を広げる新たな視座を提示したと考えられる。

## 6-2. 政策提言

本研究が示した理論的意義を踏まえると、企業が消費者志向経営を具体的に推進するには、まず経営トップのコミットメントを明確化し、組織体制や従業員の行動を消費者志向へと誘導するリーダーシップが不可欠であるといえる。トップが消費者との共創・協働を企業の重要課題として打ち出すことで、社内の意識やリソース配分が「消費者の視点を経営の中心に据える」方向へ動き出す基盤が形成されるのである。ただし、トップダウン型のアプローチが過度になると、部門連携を阻害するリスクも指摘されたように、現場の意見を取り込みにくくなる面がある。ゆえに、トップが方針を提示する段階で、横断的なチーム編成やコミュニケーション・プラットフォームを整備し、従業員が主体的に参加できる仕組みを構築することが望ましい。

次に、企業が実際に消費者志向経営を進める際には、コーポレートガバナンスの確保や部門間の有機的連携を支える運営ルールや評価体制を整える必要がある。本研究の分析でも、ガバナンス整備が社会的課題を踏まえた商品・サービス開発を促し、従業員の積極的活動を後押しする経路が確認された。すなわち、コンプライアンスやリスクマネジメントだけでなく、消費者のニーズや社会課題への対応を積極的に議論する会議体を設置し、取締役会や幹部会議でその成果と課題を定期的に検証する運用が重要となる。加えて、大企業の場合は組織が大きくなるほど部門連携が難しくなる傾向が示唆されたため、消費者対応部門と研究開発部門や営業部門、CS（カスタマーサポート）部門などが情報を共有しやすいコミュニケーション基盤を整えることが不可欠である。

さらに、消費者との双方向コミュニケーションを実践するための具体的施策としては、SNS やオンライン・コミュニティの活用が挙げられる。特に、消費者のフィードバックを得る仕組みを整備し、顧客満足度調査や苦情対応だけでは見えにくい潜在的ニーズや社会

的要請を早期に把握することが重要となる。本研究の結果でも、従業員活動やガバナンス整備が進んでいる企業ほど、消費者とのコミュニケーション施策を積極的に展開している傾向が示唆された。これらの取り組みを進めるうえでは、デジタル技術やデータ分析手法を活用しながら、多様な消費者像を理解し、それに応じた柔軟な商品・サービス改善へとつなげるプロセスを構築することが求められる。

また、本研究が明らかにしたように、社会的課題への配慮を組み込んだ商品・サービス開発は、消費者やステークホルダーからの評価を高める要因である。企業としては、SDGs や ESG 投資を背景とする社会の関心を踏まえ、環境負荷低減や社会的包摂などの視点を新製品やサービスに取り込むことで、消費者の共感や支持を獲得しうる。ただし、こうした活動を単なるイメージ戦略や表層的なキャンペーンで終わらせないためには、部門連携や評価指標づくりが重要である。具体的には、社内外からのモニタリングを通じて定量的・定性的に評価を行い、その結果を次の開発プロセスへ迅速にフィードバックする仕組みを整える必要がある。そうした継続的な PDCA サイクルが、消費者志向経営を一過性の取り組みではなく、企業の長期的な競争優位や社会的信頼につなげる鍵となる。

最後に、本研究で示された企業規模や業種による差異を踏まえれば、各企業は自社の規模・事業領域・消費者特性に応じた消費者志向経営の推進方法を検討することが望ましい。たとえば、中小企業や BtoB 企業では、消費者との直接的な接点が少ない場合があるため、取引先や地域コミュニティとの連携を通じて最終消費者の声を吸い上げる工夫が必要となろう。一方、大企業では、全社的な取り組みを推進できる資源と人材が整っている反面、複雑な組織構造ゆえの課題も大きい。したがって、トップによる明確な方針と共に、従業員参加型の仕組みや柔軟な部門間協調を促すインセンティブ設計が要となる。こうした多様な実践上の配慮を組み合わせることで、消費者志向経営は企業戦略の一環として持続的に機能し、消費者との共創による社会価値向上と企業の成長を同時に実現する可能性を高めると考えられる。

### 6-3. 本研究の限界

本研究には、いくつかの限界がある。第一に、調査対象が ACAP 会員企業を中心としたサンプルであり、全業種・全企業の実態を十分に反映しているとはいえない。次に、尺度が主に自己申告形式であるため、社会的望ましきバイアスや自社評価の過大化が生じるリスクがある。また、横断的データを用いているため因果関係の方向性を厳密に特定することは難しく、時間軸を踏まえた追跡調査や実験的手法の導入が望まれる。

さらに、本研究では製造業と非製造業の比較を行ったが、BtoB と BtoC の差異について明示的な検証は行っていない。とりわけ中小企業や BtoB 企業では、消費者との距離感や組織構造が大きく異なる可能性があるため、定性研究や事例分析を通じてより詳細に掘り下げる意義がある。

以上の限界を踏まえつつも、本研究は消費者志向経営推進のプロセスを定量的に示すうえで一定の知見を提供したと考えられる。今後はサンプルの拡大や多様な手法の導入を図り、より多面的で実態に即した効果検証が行われることが期待される。

[参考文献]

- 大熊省三 (2021) 「B to B ビジネスにおける消費者志向経営」 『消費者政策研究 Vol. 3』 日本消費者政策学会 pp. 25-37.
- 坂倉忠夫 (2023) 「アフターコロナに向けた消費者志向経営の進化」 『連合総研レポート DIO』 35(6) pp. 19-23.
- 清水きよみ (2017) 「消費者行動の変化と企業の消費者志向経営」 『消費者教育』 37 pp. 21-31.
- 竹内夏奈 (2020) 「消費者志向経営の歴史的変遷」 『消費者政策研究 Vol. 2』 日本消費者政策学会 pp. 12-25.
- 太細譲士 (2020) 「消費者志向経営の推進において英国 CIC 制度の情報開示から得られる示唆についての一考察」 『消費者政策研究 Vol. 2』 日本消費者政策学会 pp. 26-32.
- 殿崎正芳 (2021) 「企業の消費者志向経営に関する一考察—ステークホルダー分析を中心に」 『四国大学学際融合研究所年報』 (1) pp. 103-116.
- 飛田史和 (2020) 「消費者志向経営で企業は何をめざすべきか」 『消費者政策研究 Vol. 2』 日本消費者政策学会 pp. 33-40.
- 飛田史和 (2021) 「消費者志向経営の理論と実践—なぜ消費者志向経営が必要なのか、どのように実践すればよいのか」 『消費者政策研究 Vol. 3』 日本消費者政策学会 pp. 16-24.
- 消費者庁 (2015) 「第 3 期消費者基本計画 (平成 27 年 3 月 24 日閣議決定)」  
[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/basic\\_plan/2010\\_2014](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/2010_2014)
- 消費者庁 (2016) 「消費者志向経営の取組促進に関する検討会報告書」  
[https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11740732/www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_research/consumer\\_oriented\\_management/review\\_meeting/pdf/160406\\_houkokusho.pdf](https://warp.da.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/11740732/www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/review_meeting/pdf/160406_houkokusho.pdf)
- 消費者庁 (2020) 「第 4 期消費者基本計画 (令和 2 年 3 月 31 日閣議決定)」  
[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/basic\\_plan/pdf/basic\\_plan\\_2003\\_31\\_0001.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/pdf/basic_plan_2003_31_0001.pdf)
- 消費者庁 (2021) 「消費者志向経営の推進に関する有識者検討会報告書」  
[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_partnerships/meeting\\_materials/assets/consumer\\_research\\_cms209\\_210326\\_04.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/meeting_materials/assets/consumer_research_cms209_210326_04.pdf)
- 消費者庁 (2022) 「2021 年度消費者志向経営の推進に関する有識者検討会報告書」  
[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_partnerships/meeting\\_materials/assets/consumer\\_research\\_cms208\\_220418\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/meeting_materials/assets/consumer_research_cms208_220418_01.pdf)
- 消費者庁 (2025) 「第 5 期消費者基本計画 (令和 7 年 3 月 18 日閣議決定)」  
[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/basic\\_plan/assets/consumer\\_policy\\_cms102\\_250318\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf)

「国民生活研究」第 65 巻第 1 号（2025 年 7 月）

〔調査報告〕

## 未成年者の消費者トラブルについての現況調査

狐 塚 知 子\*

本稿は、2025 年 3 月に公表した「未成年者の消費者トラブルについての現況調査」について、調査結果の概要をまとめたものである。

本調査では、未成年者の消費者トラブルについて、全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談の傾向を分析するとともに、都道府県・政令指定都市・東京特別区の消費生活センター等を対象にしたアンケート調査を実施した。

本調査の結果、未成年者の消費者トラブルでは、インターネットゲームやインターネット通販に関するトラブルが多く、平均既支払額が年々高額化しているといった傾向が明らかになった。相談傾向やアンケート調査結果の分析から、未成年者の消費者トラブルにおける課題として、未成年者本人においては、知識・理解不足や事実確認の困難さ、保護者等においては、未成年者の管理・監督不足や未成年者同様の知識・理解不足、事業者においては、未成年者による無断契約への対策不足や広告表示等といった課題があることが分かった。こうした課題に対して、今後期待される取組等について取りまとめた。

はじめに

1. PIO-NET における未成年者の相談の傾向
2. 消費生活センターを対象としたアンケート調査
3. 相談の分析およびアンケート結果からみえた課題
4. 今後、期待されること

おわりに

---

\*こづかともこ（独立行政法人国民生活センター相談情報部相談第 1 課 課長補佐（前 教育研修部上席調査研究員付補佐））

## はじめに

10～20 歳代を中心とした若者の消費者トラブルについてはさまざまな調査や分析が行われているが、「若者」といっても、未成年者と成人とでは消費生活相談の件数もトラブルの内容も大きく異なっている。成人では、副業、投資等の儲け話に関するトラブルやエステティックサービス等の美容に関する相談、いわゆる「金と美」に関するトラブルが多い傾向がある。これに対し、未成年者は、事業者と多額の金銭を伴う契約を行う機会が成人に比べて少なく、消費生活相談の件数や契約金額も少ない傾向にある。しかし、最近ではスマートフォンやタブレット端末を小学生や中学生といった層でも取り扱うことが増えており、未成年者の間でもインターネットに関連したトラブル等が増加する可能性がある。

そこで、未成年者の消費者トラブルの傾向や課題、消費者トラブルを防ぐための消費者教育・啓発活動の現状について、消費生活センターを対象にアンケート調査を行うこととした。アンケート調査結果および全国の消費生活相談情報の分析結果を踏まえ、今後の課題等について検討し、報告書を取りまとめた。

本稿は、2025 年 3 月に公表した調査結果<sup>1)</sup>の概要をまとめたものである。調査結果の詳細は、報告書本文<sup>2)</sup>を参照していただきたい。

## 1. PIO-NET における未成年者の相談の傾向

PIO-NET<sup>3)</sup>により、相談の動機となる消費生活上の行為をした当事者（以下、契約当事者という）が未成年者である相談について分析した。未成年者の相談の傾向を分析するにあたって、年齢・年代の違いによる相談内容の変化をより詳細に分析するため、①小学生、②中学生、③高校生に分けて傾向を分析した。

①契約当事者年齢が 6～12 歳で、かつ「契約当事者職業詳細」項目において「小学生」を選択しているデータを「小学生」として、②契約当事者年齢が 12～15 歳で、かつ「契約当事者職業詳細」項目において「中学生」を選択しているデータを「中学生」として分析した。「高校生」については、2022 年 4 月から成人年齢が 18 歳に引き下げられたことにより、高校生であっても成人である相談が含まれるため、③2014 年度から 2021 年度については契約当事者の年齢が 15～18 歳、2022 年度以降は契約当事者の年齢が 15～17 歳で、かつ「契約当事者職業詳細」項目において「高校生」を選択しているデータを「高校生」と

<sup>1)</sup> 独立行政法人国民生活センター令和 7 年 3 月 5 日公表「「未成年者の消費者トラブルについての現況調査」調査報告＜結果・概要＞」[https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20250305\\_1.html](https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20250305_1.html)

<sup>2)</sup> 「未成年者の消費者トラブルについての現況調査」調査報告書  
[https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20250305\\_1\\_2.pdf](https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20250305_1_2.pdf)

<sup>3)</sup> PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。本資料の相談件数等は 2024 年 9 月 30 日までの PIO-NET 登録分。本資料の割合の数値は小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、合計が 100%にならない場合がある。

して分析した。

このため、以下の分析結果については、契約当事者が小学生・中学生・高校生のいずれであるかを聴き取ることができなかったケースなど「契約当事者職業詳細」欄が無回答である相談、また、未就学児、19 歳、高校を卒業している 18 歳の相談（2014～2021 年度）等、上記の定義に該当しない相談は含まれない。

## （１）相談件数

### ①小学生

2014～2023 年度の総件数は 21,916 件であった（図 1）。年度別にみると、2014 年度（2,718 件）から 2017 年度（1,241 件）にかけて相談件数が減少したが、これは、「スマートフォンをタップしただけで突然登録完了され料金請求画面が出た」といった、いわゆる「ワンクリック請求」の相談が非常に多く含まれる「アダルト情報サイト」の相談が年々減少したことによるものと考えられる。2018 年度（1,523 件）から相談件数は増加し、2021 年度以降は約 2,600 件で横ばい状態となっている。これは、「オンラインゲーム<sup>4)</sup>」の相談が増加し、また、「他の健康食品」、「脱毛剤」等の健康食品や化粧品の相談件数が 2018～2020 年度に増加したことによるものと考えられる。2021 年度以降は、「他の健康食品」等の「定期購入」に関するトラブル<sup>5)</sup>（以下、定期購入トラブル）の相談件数が減ったが「インターネットゲーム」の相談件数が増えているため、横ばい状態となっているものと考えられる。

### ②中学生

2014～2023 年度の総件数は 40,730 件であった（図 1）。年度別にみると、2014 年度（5,680 件）から 2017 年度（2,601 件）にかけて相談件数が減少したが、2018 年度（2,881 件）から 2020 年度（4,891 件）にかけて増加し、2021 年度（4,255 件）から再び減少している。これは、小学生と同様に「アダルト情報サイト」の相談件数が年々減少し、2018～2020 年度は「他の健康食品」等の相談件数が増加し 2021 年度以降は減少していることによるものと考えられる。2021 年度以降については、中学生においても「インターネットゲーム」の相談が増加しているが、その増加幅よりも「他の健康食品」、「脱毛剤」等の定期購入トラブルの減少幅の方が大きいため、小学生と異なり減少傾向となっているものと考えられる。

### ③高校生

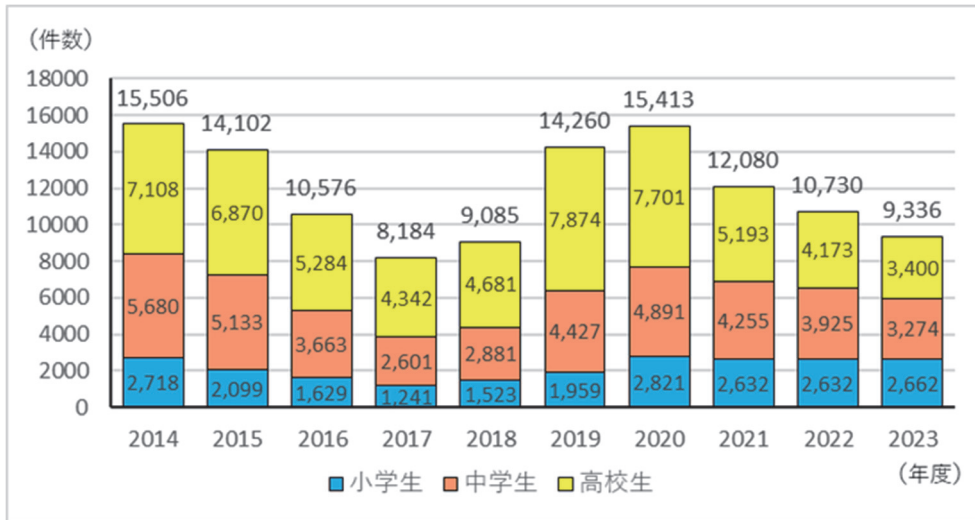
2014～2023 年度の総件数は 56,626 件であった（図 1）。年度別にみると、2014 年度（7,108 件）から 2017 年度（4,342 件）にかけて件数が減少したが、2018 年度に増加、特に 2019 年度に大きく増加した（7,874 件）後、2020 年度（7,701 件）から再び減少傾向にある。

<sup>4)</sup> 「オンラインゲーム」は、2021 年度の商品キーワード改訂により運用を終了し 2021 年度以降は「インターネットゲーム」にて識別しているが、この 2 つのキーワードは含まれる相談内容が同じであるため、時系列の比較が可能である。

<sup>5)</sup> 定期的に購入する契約内容になっている商品に関するトラブル。『お試し価格』等の広告を見て、商品を定期的に購入する条件になっていたのに気が付かず申し込んだ、など。

これは、小学生・中学生と同様に「アダルト情報サイト」の減少および「他の健康食品」、「脱毛剤」、「化粧品その他」等の増減によるものと考えられる。

【図 1 小学生・中学生・高校生の年度別相談件数（N=119, 272）】



## （２）年度別商品・サービス別相談件数

2014～2023 年度の 10 年間について、年度別に小学生・中学生・高校生の商品・サービス別相談件数について集計した。

### ①小学生

小学生の相談で 2014 年度に最も多かったのは「アダルト情報サイト」で約 1,500 件、次いで「オンラインゲーム」が約 600 件であった。「アダルト情報サイト」の相談件数は年々減少し、2017 年度には「オンラインゲーム」が 1 位となった。2017 年度以降は「オンラインゲーム」、2021 年度以降は「インターネットゲーム」が 1 位となっている。「インターネットゲーム」の相談件数は 2023 年度には 2,000 件を超え、小学生の相談の約 8 割を占めている。2023 年度の 2 位である「他の娯楽等情報配信サービス」は約 60 件であることからすると、小学生においては「インターネットゲーム」の相談が非常に多いことが分かる。

### ②中学生

中学生は、2014～2017 年度にかけて、1 位が「アダルト情報サイト」で 2 位が「オンラインゲーム」であったが、2018 年度には「オンラインゲーム」が 1 位となり、2018 年度以降は「オンラインゲーム」、2021 年度以降は「インターネットゲーム」が最も多い。2014～2020 年度の「オンラインゲーム」と 2021～2023 年度の「インターネットゲーム」を合わせた相談件数は約 1 万件となっている。「他の健康食品」に関する相談は、2017 年度頃か

ら増え始め、2019 年度には 900 件以上に達したものの、2020 年度以降は減少している。

### ③高校生

高校生では、「アダルト情報サイト」が 2017 年度まで 1 位であったが、「アダルト情報サイト」の相談件数は 2014 年度から減少し続け、2019・2020 年度には「他の健康食品」と「脱毛剤」が 1 位・2 位となっている。2022・2023 年度は「インターネットゲーム」が最も多いが、小学生・中学生に比べると「インターネットゲーム」とその他の商品の相談件数の差は小さい。高校生は、小学生・中学生に比べ、衣類や化粧品類、健康食品等の相談件数が多い。

### （３）契約当事者性別相談割合

2014～2023 年度の 10 年間について契約当事者の性別割合をみると、小学生では契約当事者が男子である相談が 7 割となっているが、中学、高校に上がるにつれてその割合は低下し、高校生ではわずかな差で男子が多い程度となる。年度別にみてもこの傾向は変わらないが、高校生になると、年によっては女子の方が多いこともある。

### （４）契約当事者と相談者が同じ人かどうか

2014～2023 年度の 10 年間について、契約当事者が相談者と同じ人かどうかをみると、小学生ではほとんどが契約当事者と別の人（保護者等）からの相談で、中学生、高校生と上がるにつれて契約当事者本人からの相談割合が増える。とはいえ、高校生でも 7 割近くが契約当事者と別の人からの相談となっている。

### （５）販売購入形態別割合

2014～2023 年度の 10 年間について、どのような販売購入形態が多いかをみると、小学生・中学生・高校生のいずれも「通信販売」が占める割合が高い。高校生は、小学生・中学生に比べると「通信販売」の割合が少し下がるが、それでも 8 割以上が「通信販売」である。「通信販売」に次ぐのは「店舗購入」であるが、小学生・中学生では 1 割に満たず、高校生でも 1 割程度である。

### （６）平均契約購入金額、平均既支払額

2014～2023 年度の 10 年間における小学生・中学生・高校生の平均契約購入金額<sup>6)</sup>は、小学生で約 21 万円、中学生で約 54 万円、高校生で約 12 万円であった。平均既支払額<sup>7)</sup>は、小学生で約 5 万 3,000 円、中学生で約 4 万 8,000 円、高校生で約 3 万 3,000 円であった。

年度別に平均既支払額をみると、小学生では、2014 年度に 2 万円未満だったが 2020 年度には 6 万円を超え、その後も増加し続け 2023 年度には 10 万円を超えている。中学生で

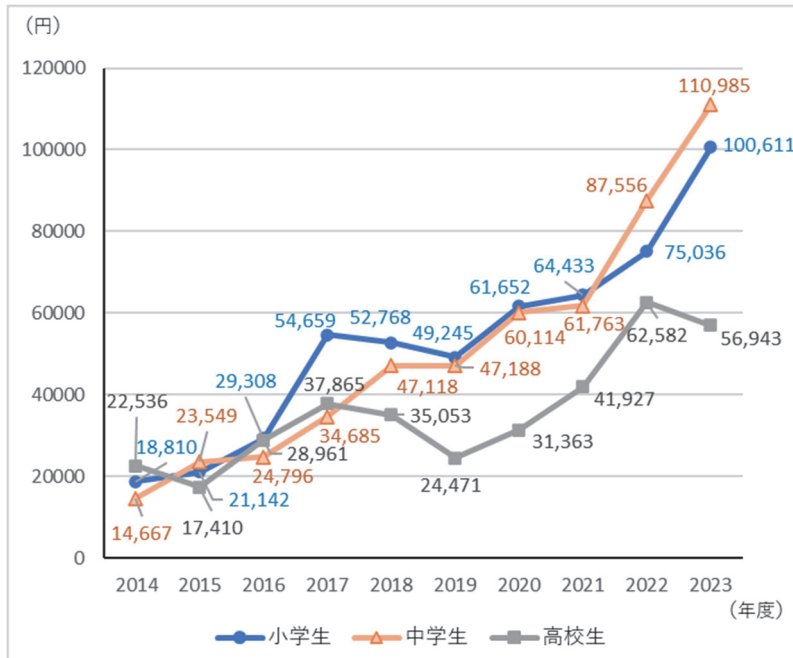
---

<sup>6)</sup> 契約購入金額とは、相談の内容となっている契約金額、購入金額をいう。

<sup>7)</sup> 既支払額とは、相談の取引に際して、既に支払っている金額をいう。

は、2014 年度は約 1 万 5,000 円であったが年々増加し続けており、2023 年度は約 11 万円となっている。高校生では、2014 年度に約 2 万円であったが、2019 年度以降は徐々に金額が増えており、2022 年度には 6 万円を超えた（図 2）。

【図 2 小学生・中学生・高校生の年度別平均既支払額】



### （７）信用供与の有無

2014～2023 年度の 10 年間について、相談の内容となっている契約において信用供与<sup>8)</sup>を受けたかどうかをみたところ、次のようになった。

#### ①小学生

小学生では「販売信用」が最も多く（約 6 割）、次いで「無」（約 4 割）となっている。年度別にみると、2016 年度までは「無」が多かったが、2017 年度以降は「販売信用」が多くなっている。「販売信用」は、「インターネットゲーム」で用いられていることが多い。

<sup>8)</sup> 信用供与については、「無」、「販売信用」、「借金契約」の区分があり、このうち「無」は、信用供与を受けていない場合、または受けないことを前提とした相談、「販売信用」はクレジット会社等から、商品やサービスの購入にあたって支払う代金に対して信用供与を受けた場合、または受けることを前提とした相談の場合に付与される。「借金契約」については金融機関等から金銭を借りた場合、または借りることを前提とした相談であり、小学生・中学生・高校生がこうした方法で金銭を支払うことは考えにくいので、本調査では分析対象から除外している。

## ②中学生

中学生では、「無」が最も多く（約 6 割）、次いで「販売信用」（約 4 割）となっている。小学生と同様に、「販売信用」は「オンラインゲーム」、「インターネットゲーム」で用いられていることが多い。年度別にみると、中学生も 2014 年度は小学生と同様に「無」が最も多かったが、年々「販売信用」が増え、2020 年度には「販売信用」が「無」よりも多くなり、2020 年度以降は「販売信用」が最も多くなっている。

## ③高校生

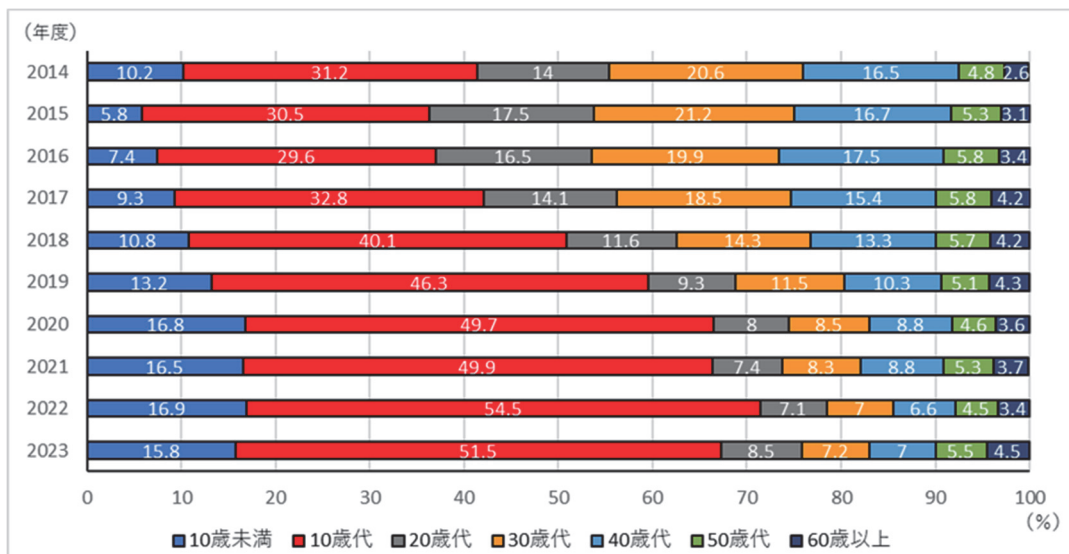
高校生については、「無」が約 7 割を占めており、最も多い。年度別にみると 2022 年度に「販売信用」が「無」よりも多くなったが、両者の差はあまりない。これは、高校生は「販売信用」が用いられることの多い「オンラインゲーム」、「インターネットゲーム」の相談が小学生・中学生に比べると少ないことによるものと考えられる。

## （８）「オンラインゲーム」・「インターネットゲーム」の相談の傾向

未成年者の相談において特に多い「インターネットゲーム（2020 年度以前は「オンラインゲーム」）」の相談（以下、「オンラインゲーム」・「インターネットゲーム」の相談）について、傾向を分析した。

「オンラインゲーム」・「インターネットゲーム」の相談件数は、2018 年度以降増加を続けている。年度別に契約当事者の年代別割合の推移をみると、2017 年度までは 20 歳代以上の年代が 50%以上を占めていたが、2018 年度に 20 歳未満の割合が 50%を超え、2019 年度以降も 20 歳未満の割合が 50%を超える状況が続いている（図 3）。

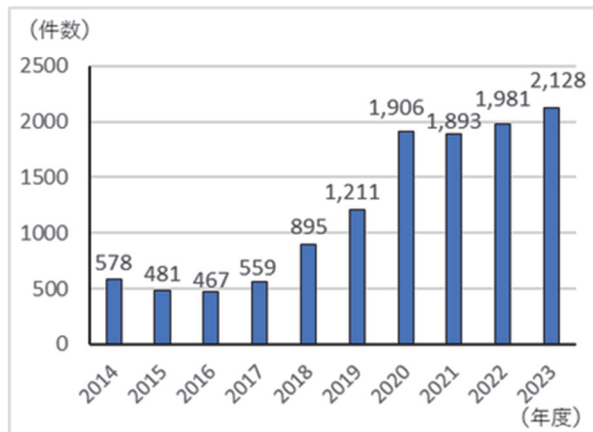
【図 3 「オンラインゲーム」・「インターネットゲーム」の各年代別・年度別相談割合】



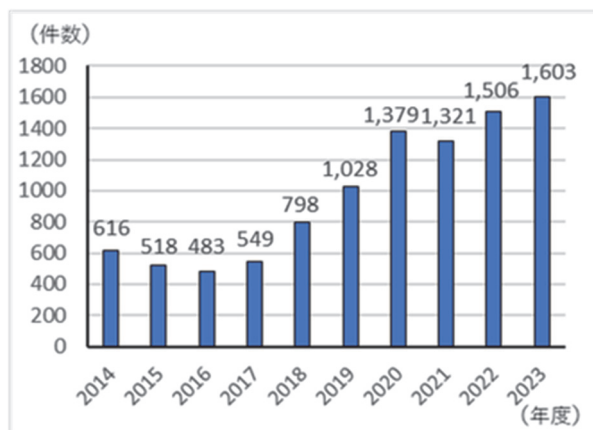
小学生・中学生・高校生の相談についてみると、小学生・中学生の相談件数は 2014～2016 年度まで減少していたが、2017 年度以降増加し、2021 年度には一度減少したものの、その後再び増加している（図 4－1、4－2）。高校生は小学生・中学生より少ないものの、増加傾向にある（図 4－3）。いずれの年代も 2020 年度に相談件数が多くっており、コロナ禍の影響が考えられる。しかし、その後も相談件数が大きく減ることはなくむしろ増加傾向にあり、2023 年度には、いずれの年代においても 2020 年度の相談件数を超えている。

性別では、小学生・中学生・高校生のいずれの年代においても、男子の方が女子よりも件数が多い。小学生・中学生・高校生の平均契約購入金額は、増加傾向にはないものの、小学生でも 20 万円を超えている。平均既支払額では、2023 年度の小学生の平均既支払額が 10 万円を超え、中学生も 20 万円近くになっている。高校生は 2022 年度で約 37 万円、2023 年度では約 23 万円と下がっているものの、ここ数年でみると増加傾向といえるため、今後の推移に注意が必要である。

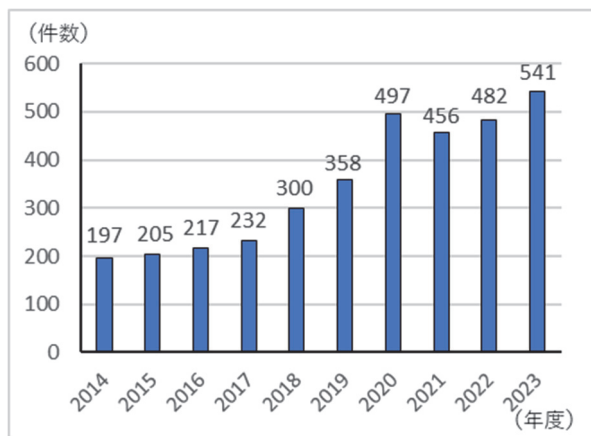
【図 4－1 小学生の年度別相談件数（N=12,099）】



【図 4－2 中学生の年度別相談件数（N=9,801）】



【図 4－3 高校生の年度別相談件数（N=3,485）】



## 2. 消費生活センターを対象としたアンケート調査

都道府県、政令指定都市、東京特別区のセンター（90 カ所）に対し調査票を配布し、88 センターから回答を得た（調査時期：2024 年 10 月 31 日～2024 年 11 月 20 日）。

### （１）未成年者契約に関する相談について

未成年者契約に関する相談件数（2022 年 4 月～2024 年 9 月における 1 カ月当たり平均の件数）について、1 カ月当たり平均で「5 件未満」と回答したセンターが約 6 割、「5 件以上 10 件未満」と回答したセンターが約 3 割であった。

未成年者契約に関する相談ではどのような商品・サービスが多かったか、選択肢の中から 3 つまで選択する形で聞いたところ、「インターネットゲーム」と「健康食品、化粧品（シャンプー・脱毛剤など）のネット通販トラブル」を選択したセンターが非常に多かった。

### （２）未成年者の「インターネットゲーム」に関する相談について

#### ①相談が多い年代

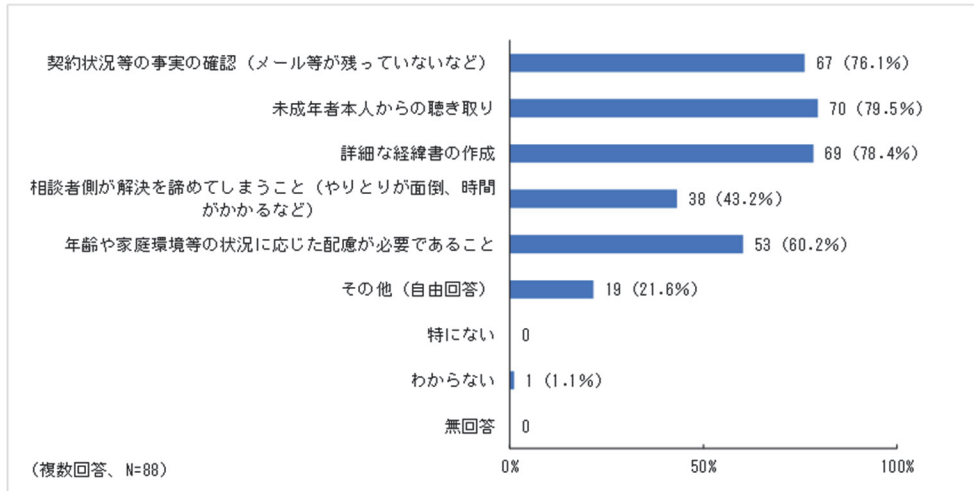
小学生・中学生・高校生のどの年代からの相談が多いか聞いたところ、6 割以上のセンターが、小学生が多いと回答した。

#### ②相談者対応において難しいと感じる点

インターネットゲームに関する相談について、相談者に対応する際にどのような点が難しいと感じるか聞いたところ、「未成年者本人からの聴き取り」、「詳細な経緯書の作成」、「契約状況等の事実の確認（メール等が残っていないなど）」、「年齢や家庭環境等の状況に応じた配慮が必要であること」を選択したセンターが多かった（図 5）。その他、インターネットゲームに関する相談では、保護者や祖父母等の親族のスマートフォンを使用し課金

するケースや親族のクレジットカード情報を入手して未成年者自身のスマートフォンに入力し課金するケースがみられ、家庭環境等の問題や親族の知識・理解不足等があることが多く、聴き取りや利用状況の把握等が難しいことがある、との回答があった。

【図 5 相談者側への対応において難しいと感じる点（インターネットゲームに関する相談）】



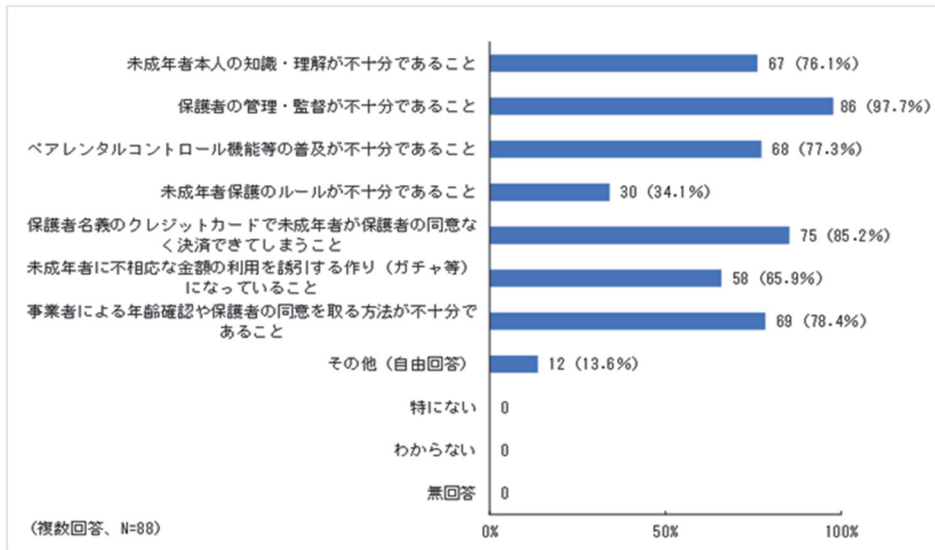
### ③事業者交渉を行う場合に主張すること

事業者交渉を行う場合には、9割以上のセンターが「民法5条による未成年者契約の取消」を主張していると回答した。あわせて、事業者に未成年者契約の取消しを認められなかった事例があれば、その理由はどのようなことであったかを聞いたところ、最も多かったのは「理由は開示されなかったのでわからない」であった。理由が分かるもののうちで最も多かったのが、「事業者の返金基準（ポリシー）に合致しなかった」であった。

### ④トラブルが起きる要因や課題

インターネットゲームに関するトラブルが起きる要因や課題と考えられることについて聞いたところ、9割以上のセンターが「保護者の管理・監督が不十分であること」と回答した。また、「保護者名義のクレジットカードで未成年者が保護者の同意なく決済できてしまうこと」を挙げたセンターも多かった。さらに、「事業者による年齢確認や保護者の同意を取る方法が不十分であること」、「ペアレンタルコントロール機能等の普及が不十分であること」、「未成年者本人の知識・理解が不十分であること」も8割近くあり、インターネットゲームを運営する事業者、スマートフォンやゲーム機等のサービスを提供する事業者、未成年者本人と保護者のそれぞれにおいて、トラブルの要因や課題があると多くのセンターが考えていることを示している（図6）。

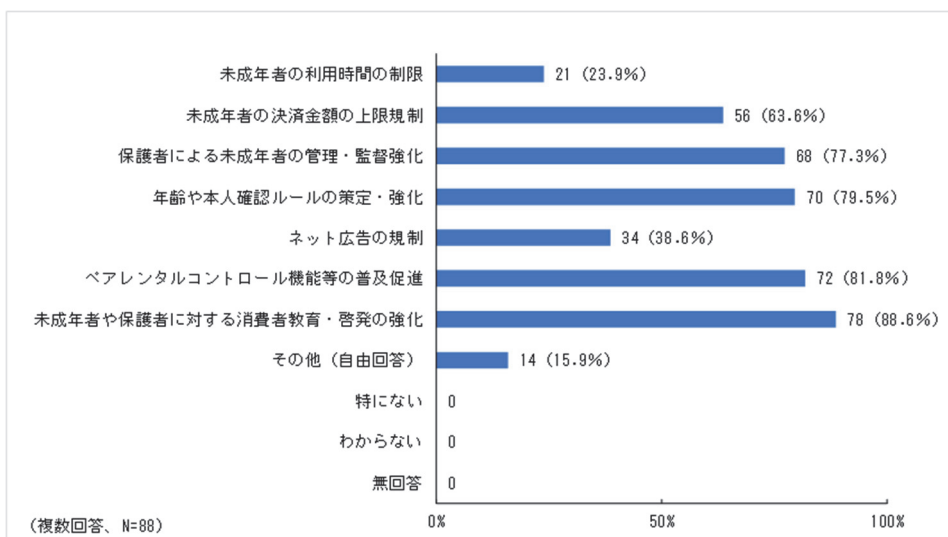
【図 6 インターネットゲームに関するトラブルが起きる要因・課題】



#### ⑤トラブルの解決や未然防止に効果的な対策

インターネットゲームに関するトラブルの解決や未然防止のためにはどのような対策が効果的と考えるか聞いたところ、最も多かった回答は「未成年者や保護者に対する消費者教育・啓発の強化」であった。また、「ペアレンタルコントロール機能等の普及促進」、「年齢や本人確認ルールの策定・強化」、「保護者による未成年者の管理・監督強化」を挙げたセクターも多かった（図 7）。

【図 7 インターネットゲームに関するトラブル解決・未然防止に効果的な対策】



### （３）未成年者のインターネット通販トラブルに関する相談について

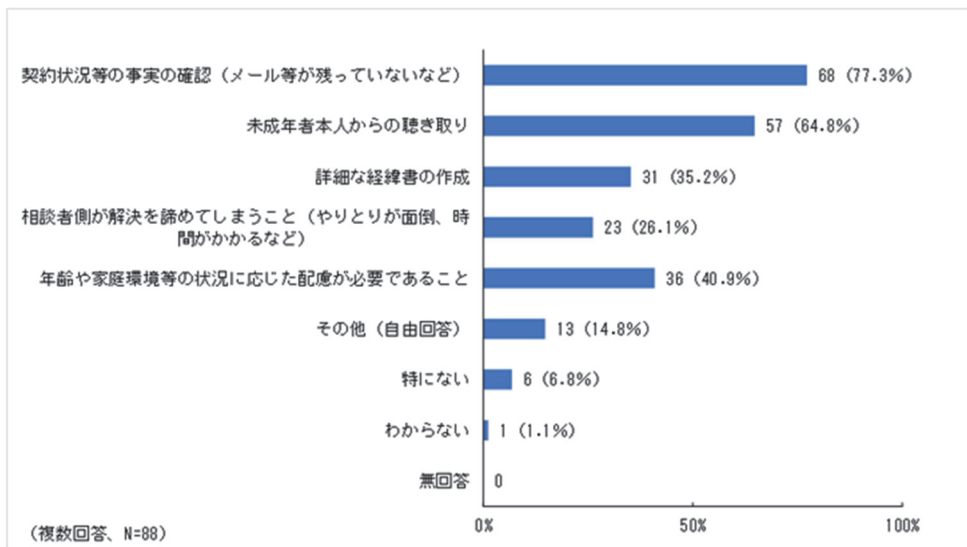
#### ①相談が多い年代

小学生・中学生・高校生のどの年代からの相談が多いか聞いたところ、７割以上のセンターが、高校生が多いと回答した。

#### ②相談者対応において難しいと感じる点

インターネット通販トラブルに関する相談について、相談者に対応する際にどのような点が難しいと感じるか聞いたところ、「契約状況等の事実の確認（メール等が残っていないなど）」が最も多く、次いで「未成年者本人からの聴き取り」であった（図 8）。契約状況等の事実確認に関して、インターネット通販トラブルに関する相談では、ネット広告や最終確認画面の記載内容等を保存している未成年者は少なく、広告等の内容に問題があったとしてもその主張を立証することが難しいとの回答や、定期購入契約では初回の代金が安く設定されているため、小遣いで購入できると思ってしまう等して、広告表示やサイトの記載内容をよく確認せずに申し込んでトラブルになることがある、との回答もみられた。

【図 8 相談者側への対応において難しいと感じる点（インターネット通販トラブルに関する相談）】



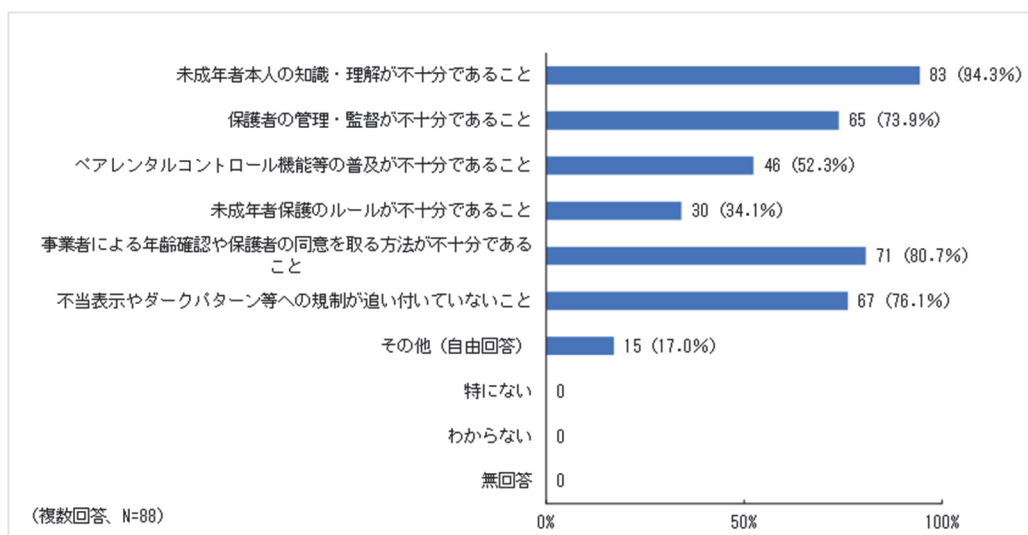
### ③事業者交渉を行う場合に主張すること

事業者交渉を行う場合には、9 割以上のセンターが「民法 5 条による未成年者契約の取消」を主張していると回答した。また、インターネットゲームに関する相談に比べ、特定商取引法に関する主張を行っているケースが多い。あわせて、事業者未成年者契約の取消しを認められなかった事例があれば、その理由はどのようなことであったかを聞いたところ、約 3 割のセンターが「認められなかった事例はない」と回答した。認められなかった理由として最も多かったのが、「年齢確認により成人の利用と判断した」であった。

### ④トラブルが起きる要因や課題

インターネット通販トラブルが起きる要因や課題として考えられることについて聞いたところ、9 割以上が「未成年者本人の知識・理解が不十分であること」と回答した。また、「事業者による年齢確認や保護者の同意を取る方法が不十分であること」、「不当表示やダークパターン等への規制が追い付いていないこと」を挙げたセンターも多かった（図 9）。

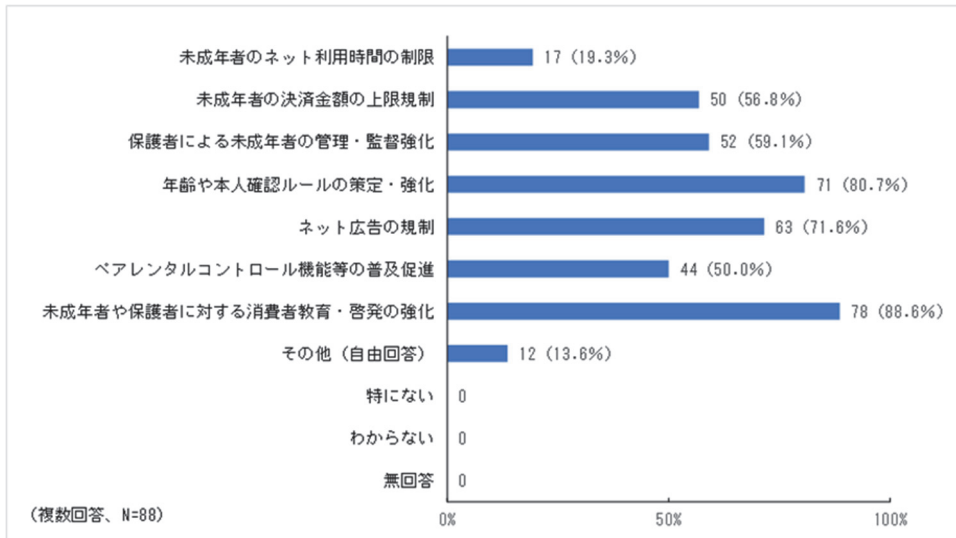
【図 9 インターネット通販トラブルが起きる要因・課題】



### ⑤トラブルの解決や未然防止に効果的な対策

インターネット通販トラブルの解決や未然防止のためにはどのような対策が効果的と考えるか聞いたところ、最も多かった回答は、インターネットゲームに関する相談と同じく「未成年者や保護者に対する消費者教育・啓発の強化」であった。「年齢や本人確認ルールの策定・強化」、「ネット広告の規制」との回答も多く寄せられた（図 10）。

【図 10 インターネット通販トラブルの解決・未然防止に効果的な対策】



#### （４）ネット等への依存的症状がみられる相談への対応と啓発活動について

2022 年 4 月～2024 年 9 月の間に、ネット依存（スマホ依存）、ゲーム依存、買い物依存等、未成年者に依存的症状がみられる相談があったかを聞いたところ、センター全体の半数が「ゲーム依存と思われるケースがあった」と回答した。また、約 2 割のセンターが「ネット依存（スマホ依存）と思われるケースがあった」と回答した。依存的症状がみられる相談への対応については、約 6 割のセンターが「依存症の相談窓口（医療機関、団体等）を紹介した」と回答し、約 3 割が「自治体内の他部署を紹介した」と回答した。また、センターで依存的症状に対する何らかの対策や啓発活動等を行っているか聞いたところ、6 割のセンターが「行っていない」と回答した。その理由については、半数のセンターが「センターの業務の範疇ではない」と回答し、約 4 割が「ノウハウがない」と回答した。

#### （５）未成年者への消費者教育・啓発活動について

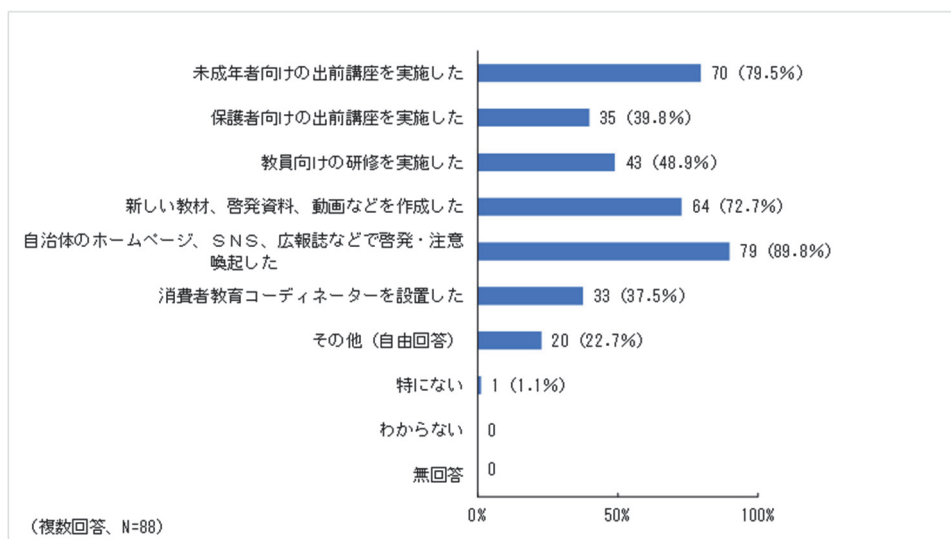
センターにおいて、現在、未成年者を対象とした消費者教育・啓発活動を行っているか聞いたところ、9 割以上のセンターで「行っている」との回答があった。具体的には、学校への出前講座や教員向け研修の実施、講師派遣、教材（紙、デジタル）の作成・配布、冊子・パンフレット・リーフレット・チラシ・啓発グッズ等の作成・配布、ホームページや SNS 等を利用した情報発信等の取組を行っているとの回答があった。

### ①成年年齢引下げに関連した取組

成年年齢引下げの前後（2021～2022 年度）の時期に実施した未成年者への啓発・注意喚起の取組について聞いたところ、約 9 割のセンターが「自治体のホームページ、SNS、広報誌などで啓発・注意喚起した」と回答し、「未成年者向けの出前講座を実施した」、「新しい教材、啓発資料、動画などを作成した」も 7 割以上のセンターが回答した。「教員向けの研修を実施した」は約 5 割、「保護者向けの出前講座を実施した」、「消費者教育コーディネーターを設置した」は約 4 割であった（図 11）。

また、成年年齢引下げから約 2 年半が経過した現在においても、成年年齢引下げの前後の時期に実施した取組を続けているセンターが多い。

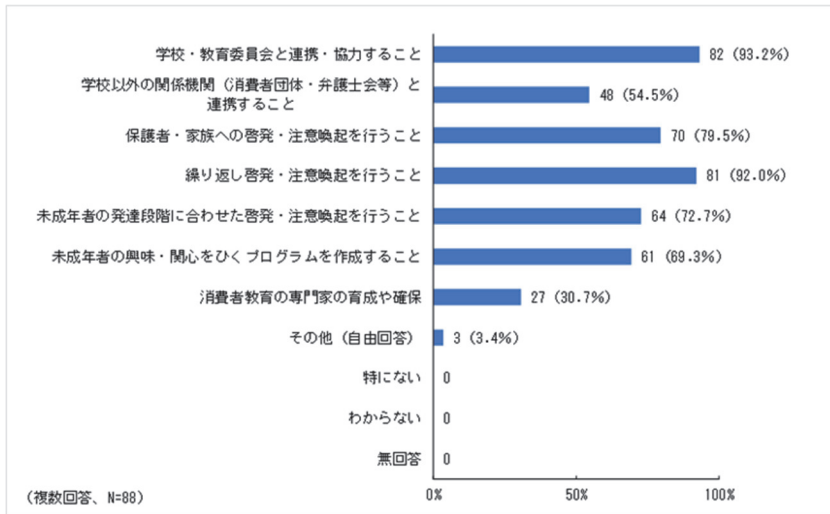
【図 11 成年年齢引下げ前後の取組状況】



### ②消費者教育・啓発活動を行う上で大切だと思うこと

未成年者への消費者教育・啓発活動を行う上で、大切だと思うことや留意していることはどのようなことかを聞いたところ、「学校・教育委員会と連携・協力すること」、「繰り返し啓発・注意喚起を行うこと」と回答したセンターがそれぞれ 9 割を超えており、「保護者・家族への啓発・注意喚起を行うこと」も約 8 割であった。また、「未成年者の発達段階に合わせた啓発・注意喚起を行うこと」、「未成年者の興味・関心をひくプログラムを作成すること」、「学校以外の関係機関（消費者団体・弁護士会等）と連携すること」も多かった（図 12）。

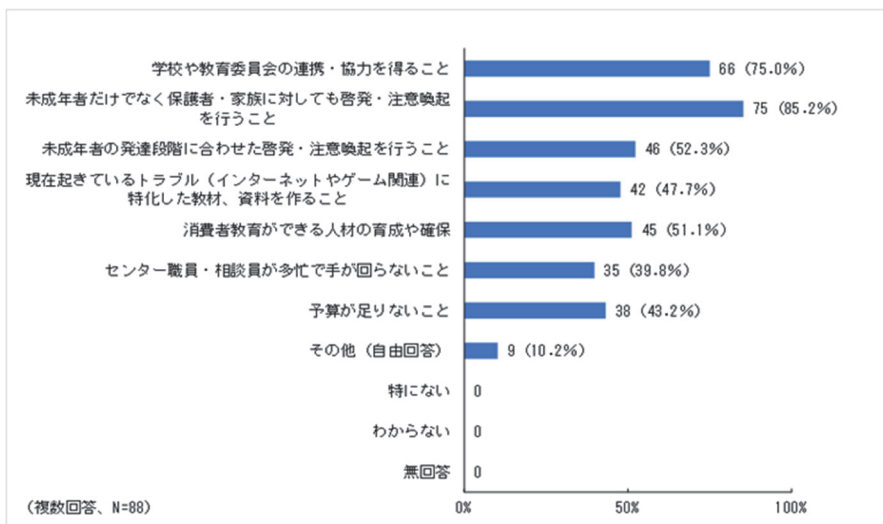
【図 12 未成年者への消費者教育・啓発活動において大切な点、留意点】



### ③消費者教育・啓発活動を行う上で課題だと思うこと

未成年者への消費者教育・啓発活動において、課題だと思うことはどのようなことか聞いたところ、「未成年者だけでなく保護者・家族に対しても啓発・注意喚起を行うこと」と回答したセンターが8割を超え、「学校や教育委員会の連携・協力を得ること」も多かった（図 13）。これらは、消費者教育・啓発活動において大切だと思うこととして上記（5）②にて多くのセンターが回答していることでもあり、これらは大切なことであると同時に課題でもあると考えられていることが分かる。

【図 13 未成年者への消費者教育・啓発活動における課題】



#### ④消費者教育・啓発活動に関して国等に望むこと

消費者教育・啓発活動に関して、国や国民生活センターに望むことはどのようなことか聞いたところ、最も多かった回答は「もっと活用しやすい教材・啓発資料を提供してほしい」であり、次いで「教育現場と連携しやすいように働きかけをしてほしい」、「予算の手当」であった。

### 3. 相談の分析およびアンケート結果からみえた課題

#### （１）未成年者本人における課題

##### ①知識・理解が不十分な状態で安易に契約してしまうこと

未成年者の消費生活相談の内容をみると、「ネット広告を見ただけで契約内容を理解せずにスマートフォンをタップしてしまった」「お金がかかることが分からなかった」等、インターネットに関する知識や、契約等に関する法律やルール、決済の仕組み等に関する一般的な知識・理解が不十分な状態で安易に契約してしまい、トラブルになっているケースがみられる。

また、未成年者に限ったことではないが、インターネット通販では、最終確認画面や規約等を確認せずに契約していることが多く、契約状況が不明で事実確認が難しいことが多い。トラブルを防ぐためには、最終確認画面を含め、契約条件が記載されている画面をスクリーンショットで保存することが推奨されるが、現実的には、日常的にインターネット通販を利用する中で、そのような記録をきちんと取っている者は少ない。

##### ②事実確認の難しさ

何らかの消費者トラブルが生じた際、センターに相談するにしても、未成年者本人は通学等の都合でセンターの業務時間内に相談することが難しい。相談できた場合でも、本人の記憶があいまいだったり記録を残していなかったりするため事実確認が難しく、時間を要することが多い。また、特にインターネットゲームに関する相談では、課金に至った経緯等を書面にして事業者側に送付するよう求められることが多いが、書面を準備するにも時間を要し、結局準備できず解決を諦めてしまうこともある。

##### ③本人の未熟さ、特性、家庭環境等の影響

未成年者が、保護者に叱責されることを恐れ、事実を話すことができない、インターネットゲームの画面や事業者からのメール等を削除してしまうといったケースがみられる。上記①で指摘した知識・理解不足とも重なるが、状況を明確に認識できておらず、課金をしたという実感がないケースもみられる。また、インターネット上のコミュニティで競争意識をあおられ、課金してしまうこともある。さらに、未成年者と保護者の家庭環境に関する事情があったり、本人に特性等の事情があったりする等、未成年者の相談においては、配慮を要する内容を含む場合があり、センターでの聴き取りや、センターがどこまで関与するかといった判断が難しい。特にインターネットゲームの場合、依存的症状がみられる

等、精神的な問題が関係する場合もあり、対応が難しいことがある。

## （２）保護者等における課題

### ①保護者による未成年者の管理・監督不足

未成年者の消費生活相談の内容をみると、保護者が未成年者のインターネットやゲームの利用状況等を把握していない、ペアレンタルコントロール機能等を利用していない、保護者のアカウントでログインした状態のスマートフォンをそのまま渡して遊ばせている、事業者からの決済完了メール等の連絡を確認していない、家庭内でインターネット等の利用ルールを決めていない等、保護者の管理・監督が不十分な状態でスマートフォン等を未成年者に利用させているケースがみられる。

### ②保護者等の知識・理解不足

保護者にインターネットゲームについての知識・理解がなく、未成年者のゲーム課金について対策をしていなかったり、相談の際に経緯や利用状況について正確に説明できなかったりすることがある。また、保護者が、スマートフォンの機能や、スマートフォン等に登録したクレジットカード決済やキャリア決済、コンビニ後払いやプリペイドカード等の様々な決済方法について理解していない場合もある。

なお、この点に関連して、祖父母等の親族のスマートフォン等を使用させ高額課金につながったケースがみられるが、祖父母等の親族も、上記について知識・理解が不十分であることが多い。

### ③保護者の姿勢

相談を受け付けても解決までに時間や手間がかかるため、保護者が諦めてしまったり、連絡が取れなくなったりすることがある。また、保護者が、未成年者本人からの聴き取りを拒否したり、不正利用であると主張したりする場合もあり、こうした場合は対応が難しいことが多い。アンケート回答の分析から、保護者側が熱心に解決に向けて取り組める状況でないと、解決が困難な場合があることがうかがえる。

## （３）事業者における課題

### ①未成年者の無断契約への対策不足

事業者側が保護者の同意のない未成年者による申込みを想定していない場合があり、特にインターネット通販においては、事業者側が、通販サイトの利用にあたって利用者の年齢の入力を必須としていないことがある。インターネットゲームに関する相談では、事業者が未成年者かどうかを確認する画面を設けていることが多いようであるが、事業者による年齢確認や保護者の同意を取る方法が不十分なケースもみられる。

### ②広告表示

SNS の広告等を見て通販サイトに移り契約した際、広告表示やサイト内の記載等が分

かりにくかったり、ダークパターンのような表現があったりする場合がある。しかし、相談者側が契約当時の広告画面を保存していることは少なく、相談があった時点で再現することも困難であることが多いため、広告表示等に問題があったとしても立証が困難である。

#### （４）未成年者への消費者教育・啓発活動における課題

##### ①保護者等に対する啓発・注意喚起

未成年者への消費者教育・啓発や注意喚起と合わせて、保護者や親族等の未成年者とかかわる大人への消費者教育・啓発や注意喚起を行うことが非常に重要と考えられるが、大人への消費者教育・啓発の機会はなかなか設けることができないのが現状である。また、保護者ではない祖父母等の親族に関しては、保護者以上に当事者意識を持ちにくいと考えられ、どのように啓発や注意喚起を行うかが課題といえる。

##### ②学校や教育委員会との連携・協力

学校教育の中で消費者教育が行われるようになったものの、センターだけでは多忙な教育現場との連携が取りにくく、学校でどのようなことを行っているのかセンター側で把握しにくいのが現状である。効果的な消費者教育を行うために、どのようにして教育現場と連携・協力を得ていくかが課題といえる。

##### ③未成年者の発達段階に合わせた啓発・注意喚起

未成年者といっても、年代によって発生しやすいトラブルが異なることから、年齢の低いうちはインターネットゲームのトラブルを防止するための啓発・注意喚起を重点的に行うこと、年齢が上がるにつれて内容を変え、中・高校生に対してはインターネットゲームのトラブルに加え、インターネット通販トラブルを防止するための啓発・注意喚起を重点的に行うこと等が必要と考えられる。早い段階から、継続した消費者教育を行うことが重要であるが、学校のカリキュラム等がセンターから見えづらく、連携して未成年者に合わせた適切な内容を継続的に実施することが難しいのが現状である。

##### ④人材と予算の確保

消費者教育ができる人材が高齢化している、また、学校から出前講座等の要望があっても予算の都合上実施回数に限界があるとのアンケート回答がみられ、消費者教育を行う人材の育成や確保、消費者教育を行う予算の確保が必要と考えられる。

#### 4. 今後、期待されること

上記 3. で挙げた様々な課題を踏まえ、未成年者の消費者トラブルへの対応について今後期待されることとして、次のようなことが考えられる。

### （１）行政による未成年者および保護者等に対する消費者教育の推進等

未成年者や保護者が、インターネットやスマートフォンの機能、決済の仕組み、関連するルール等について学び、未成年者の消費者トラブルについて知識を得られるよう、センターや学校等において連携し、より一層の消費者教育・啓発活動を推進することが期待される。さらに、未成年者本人や保護者のみならず、未成年者にかかわることがある祖父母世代に対しても、消費者教育・啓発が進むことが期待される。また、未熟な未成年者を保護するための規定や、インターネット取引におけるダークパターンの規制等について、海外における取組も参考にしつつ、検討が行われることが期待される。

### （２）保護者等が適切な対策をした上で、未成年者を見守ること

未成年者にスマートフォンを持たせる際など、未成年者がインターネットに触れるにあたっては、保護者が端末の機能やインターネットの危険性について説明し、家族間で話し合い、利用ルールを作ることが期待される。また、保護者等がペアレンタルコントロール機能等を利用し、未成年者のインターネット利用を適切に管理・監督することが重要である。未成年者が契約の事実やトラブルについて隠したり、話さなかったりする場合もあるため、普段から家族間でコミュニケーションを取っておくことも必要と思われる。さらに、保護者に無断で契約をしてしまうことを防ぐため、保護者自身のクレジットカードやスマートフォンの管理を徹底することも必要である。特にインターネットゲームに関する相談では、クレジットカード決済を利用したものが目立つため、未成年者が保護者の同意なく保護者名義のクレジットカードで決済することができないよう、対策を行う必要がある。

### （３）事業者が未成年者保護の趣旨を理解し、適切な対応を行うこと

消費生活相談の事例をみると、未成年者は成人に比べ知識や社会経験も少なく未熟であり保護の必要性があるために契約の取消権が存在する、という点についての理解が不十分と思われる事業者が存在する。事業者側においても、未成年者保護の趣旨を理解し、適切な対応を行うことが期待される。未成年者の消費者トラブルにおいては、未成年者本人や保護者の行動が原因と考えられるケースもあるが、事業者側においても、年齢や本人確認の方法が不十分であったり、未成年者が容易に高額な課金ができるような仕組みになっていたりと、トラブル防止の観点から改善の余地があると思われる点がみられる。特に、未成年者に対する年齢確認や保護者の同意の有無を確認するプロセスについては、個人情報収集や管理の問題等についても考慮しつつ慎重に行われる必要があるものの、なお改善の余地があるのではないと思われる。

また、インターネット通販、特に定期購入のような販売方法によるものについては、未成年者が誤認して申し込むことのないよう、事業者側にはネット広告や通販サイト内の表示、最終確認画面での表示を適切に行うことが求められる。

さらに、個別事業者や関係団体において既に行われていることではあるが、ペアレンタルコントロール機能等の利用について、今後も周知し推奨していくことが期待される。

## おわりに

本調査では、未成年者の消費者トラブルについて、トラブルの傾向と消費者教育の現況を調査し、課題と今後期待される取組等について取りまとめた。本稿で掲載しきれなかった結果や専門家のコメント等も報告書本文に詳細にまとめているので、是非国民生活センターウェブサイトにてご一読いただきたい。

本調査の結果、未成年者の年代によって消費者トラブルの傾向が大きく異なることが分かった。特に、小学生においてインターネットゲームの相談が非常に多く、契約購入金額・既支払額ともに高額になっており、今後も相談状況の推移を注視する必要がある。

また、センターにおける相談対応の際は、未成年者だけでなく保護者等からも協力を得る必要があり、時間と手間がかかる上、未成年者本人の特性等の問題や家庭内の事情といったセンシティブな部分にどこまで踏み込んでよいのか、悩みながら対応している実情がうかがえ、他の年代とは異なる難しさがあることが明らかになった。

インターネットゲームの相談では、保護者等の所有するクレジットカードや端末のキャリア決済等を利用して高額な請求になることが多く、低年齢の未成年者であっても高額な契約をすることができてしまっている。本調査において、「お金を払う必要があると思わなかった」等、未成年者本人が自身の行為の意味や内容について理解していないケースがみられたことから、未成年者の消費者トラブルを防ぐためには、未成年者の発達段階に合わせた、分かりやすく興味関心を持ちやすい消費者教育・啓発活動を行うことが重要である。さらに、未成年者の親族等も、他人事ではないという意識を持って対策を行うことが重要であるが、そのためにこれらの大人に対してどのような消費者教育・啓発活動を行うとよいのかについては、非常に悩ましい課題である。

最後に、多忙のなかアンケート調査にご協力を頂いた消費生活センターへ、この場を借りて心からお礼申し上げる。

## 「国民生活研究」第 64 巻 (2024 年度) 総目次

### 【第 1 号】

|        |                                                                   |         |        |
|--------|-------------------------------------------------------------------|---------|--------|
| [論 文]  | 消費者市民社会における「ESG 消費」の意義                                            | … 松本 恒雄 | 1～21   |
| [論 文]  | EU における製造物責任指令改正案のドイツ法を踏まえた概観<br>一日用品に搭載された AI システムによる人身侵害事例を例にして | … 前田 太朗 | 22～58  |
| [論 文]  | 自動運転と製造物責任法                                                       | … 岩崎 優貴 | 59～77  |
| [調査報告] | 消費生活センターにおける対応困難者への対応の現況と課題調査                                     | … 狐塚 知子 | 78～107 |
| [総目次]  | 「国民生活研究」第 63 巻 (2023 年度) 総目次                                      | …       | 108    |

### 【第 2 号】 【特集】若者の消費者トラブル —インターネット関連取引を中心に—

|       |                                     |                 |        |
|-------|-------------------------------------|-----------------|--------|
| [論 文] | EU における若年者の消費者保護                    | … カライスコス アントニオス | 1～28   |
| [論 文] | 推し活における若者のセレブリティ・ウォーシップが消費者行動に与える影響 | … 水越 康介         | 29～47  |
| [論 文] | 成年年齢引下げに対応する消費者教育施策の取組状況とその課題       | … 色川 卓男         | 48～82  |
| [論 文] | ゲーム依存とはなにか                          | … 松崎 尊信         | 83～108 |



## 「国民生活研究」編集委員会 委員名簿

### 外部編集委員（氏名五十音順）

|               |                                     |
|---------------|-------------------------------------|
| カライスコス アントニオス | 龍谷大学法学部教授                           |
| 城内 明          | 摂南大学法学部教授                           |
| 後藤 巻則         | 早稲田大学名誉教授                           |
| 飛田 史和         | 昭和女子大学福祉社会経営研究科<br>福祉共創マネジメント専攻特任教授 |
| 丸山 千賀子        | 金城学院大学生活環境学部教授                      |

### 独立行政法人国民生活センター編集委員

|                     |
|---------------------|
| 教育研修部 担当理事          |
| 教育研修部長（上席調査研究員事務取扱） |
| 教育研修部 上席調査研究員担当職員   |

「国民生活研究」第65巻第1号 2025年7月31日発行

---

|     |                                                                |
|-----|----------------------------------------------------------------|
| 編 集 | 独立行政法人国民生活センター教育研修部<br>「国民生活研究」編集委員会                           |
| 発 行 | 独立行政法人国民生活センター<br>東京都港区高輪 3-13-22<br>TEL (03) 3443-9118（教育研修部） |
| 印 刷 | 文唱堂印刷株式会社<br>東京都千代田区神田佐久間町 3-37<br>TEL 03-3851-0111（代表）        |

---

