

特集 2



適格消費者団体から見る 差止請求の成果と課題

佐々木 幸孝 Sasaki Yukitaka 弁護士

2004年9月から2025年6月までCOJの理事。2015年10月から理事退任まで代表理事、副理事長を務める。現在は審議委員会委員



消費者機構日本について

特定非営利活動法人消費者機構日本（略称COJ）は、2004年9月に消費者団体訴訟（差止請求）を担う消費者団体として設立され、2024年に20周年を迎えました。

消費者団体による差止請求制度は、2000年の消費者契約法の立法時の議論のなかで求められていました。消費者契約法ができて立場の弱い消費者が強大な事業者に権利主張することはハードルが高いこと、たとえ個々の消費者が被害回復できたとしても、必ずしも消費者全体の被害の未然防止にはつながらないことから、消費者に代わって消費者全体の利益擁護を目的とする消費者団体に、差止請求を行わせる制度が必要であると主張されていました。

しかし団体訴訟制度自体がわが国ではなじみがないものであったため、消費者契約法の立法時には採用されませんでした。その後の消費者被害の激増を背景に、徐々に実現を求める機運が高まってきました。仮に制度ができてそれを担う消費者団体がなくては意味がないため、消費者団体訴訟制度の実現を見据え、2004年に一般財団法人日本消費者協会など3つの団体に弁護士、行政の消費生活相談の担当者、司法書士、学者等が加わってCOJが設立されました。その後2006年5月の消費者契約法改正で消費者団体訴訟制度が導入され、2007年8月COJは初めての適格消費者団体として認定を受け、以後、消費者団体訴訟制度に基づく事業者に対する差止請求の活動を続けてきました。

当初、消費者契約法の不当勧誘（4条）と不当

条項（8～10条）だけが対象だった差止請求ですが、その後、特定商取引法（以下、特商法）、景品表示法、食品表示法と適用法令を拡大していきます。担い手である適格消費者団体も次々に誕生し、現在では日本全国で26の適格消費者団体が事業者の不当な行為に目を光らせている状況にあります。

そして、適格消費者団体にとって差止請求により被害の予防・防止は可能であっても、被害を被ってしまった消費者の救済ができないことが長年の課題でしたが、2013年の消費者裁判手続特例法の成立により、適格消費者団体の中から認定を受けた特定適格消費者団体（COJもその1つ）による被害回復も可能となり、消費者団体訴訟の新たな局面が開かれました。

本稿では、筆者が関与するCOJにおける差止請求の成果を紹介するとともに、運用上の課題などについても述べたいと思います。

なお、本稿の意見にわたる部分は筆者の見解であり、筆者の所属する団体の公式な意見ではないことをお断りしておきます。

差止請求に関する活動概要

COJにおける差止請求に至る流れですが、問題があると考えられる被害情報が寄せられると、団体内部で検討し、消費者契約法等に抵触し、約款等の差止めを求めるべき事案であると判断した場合には、まずは訴訟外で事業者に入力を行っています。入力を行うには必要な情報が不足していると考えられる場合は、事業者へ質問書を送ることもあります。また差止請求の対象とは言えませんが、看過しがたい事業者の不

当な行為に対し要請書を送る場合もあります。

COJがこれまでに事業者に差止めの申入書を送った件数は全部で198件(2025年5月19日時点。他に質問書送付9件、要請書送付8件)あります。申入れ等に対して事業者が是正を行った事案は168件になります(交渉中8件)、9割近くは訴訟外の交渉で解決していることが分かります。これに対し訴訟外の交渉で解決せず、訴訟にまで至った事案は11件です。

差止請求の適用法条を見ますと、消費者契約法の各条に基づくものが244件(1件の申入れに複数の法条が使われている場合があります。以下同じ)、特商法に基づくものが27件、景品表示法に基づくものが23件となっており、消費者契約法に基づくものが圧倒的に多いですが、近年定期購入やインターネット広告に関する事案が増加していることから特商法、景品表示法に基づく案件が増える傾向にあります。

消費者契約法に基づく差止めの対象行為では、証拠固めが容易でないことから不当勧誘(4条)に対する差止請求は14件と少数にとどまっています。大部分を占めるのは不当条項の差止請求で230件、内訳は同法8条関係39件、9条関係91件、10条関係100件となっています。

訴訟外での解決例

差止請求の相手方事業者の業種は、銀行、建設会社、通販業者、各種学校、不動産業者、中古車販売、フィットネスクラブ、美容クリニックなど多岐にわたります。申入れ後、訴訟には至らず事業者が任意に是正して解決する事例が大多数ですが、その中からいくつかの事例を紹介します。

(1) 銀行に対する差止請求

ほとんどの銀行のカードローン約款のなかに、融資を受けた消費者が亡くなり相続が発生すると、当然に期限の利益を失う、という条項がありました。その結果、融資残額を一括して返済しなくてはならず、保証会社による代位弁済がなされ、それ以降は利率の高い遅延損害金が発生することになります。しかし、相続は消費者に責任があるわけではないため、このような期限

の利益を喪失させる条項は、消費者契約法10条に抵触するとして差止請求を行いました。COJは個別の銀行ごとに差止請求を行い、その結果メガバンク3行を含む13銀行が当該条項を削除しました。同種の差止請求は他の適格消費者団体でも取り組みられ、最終的には金融庁の通達により、金融機関の約款から当該条項が削除されるに至ったものと考えられます。

(2) 建設会社に対する差止請求

COJでは建設会社の使用している約款に関して、専門のチームを置いて検討し、多くの事業者に対して差止請求を行ってきました。例えば、建築工事契約締結後着工前に消費者が解約した場合に、建築代金の20%を違約金として請求できるとする条項が使用されている事例がありました。他の事業者でも建築代金が高額であることから、違約金額も多額に上る条項が使用されている事例が少なくありませんでした。しかし、着工前の解約であれば事業者はそれほどの損害を被っているとは考えられないため、消費者契約法9条1項1号の定める平均的損害を上回る違約金を徴収しているとして差止請求を行いました。その結果、相当と考えられる違約金額の約定に改定されました。

(3) フィットネスクラブに対する差止請求

大手を含む複数のフィットネスクラブで使用されていた、①施設利用に際して発生した怪我などに関して一切責任を負わない、②施設内で生じた物品の盗難、紛失、毀損^{きそん}に一切責任を負わないとする条項等に対して差止請求を行っています。これらは事業者の損害賠償責任を不当に免責するもので、消費者契約法8条に抵触します。協議後、これらの条項は改定されています。

訴訟での解決事例

申入れ後の交渉では解決しない場合には訴訟に至ることになります。最近の訴訟による解決事例を紹介します。

(1) タレント養成校への差止請求(不当条項)

本件は、タレント養成校が定めた学則の中の「退学又は除籍処分の際、既に納入している入学

時諸費用については返還しない」旨の条項は消費者契約法9条1項1号に抵触するとして、その意思表示等の差止めを求めて訴訟を提起したものです。入学時諸費用には授業料は含んでおらず38万円でした。同校では年間約2,000名が入学し、そのうち約半数が途中で退校していました。訴訟の争点は、①同校に入学する者は消費者と言えるか、②当該条項が解除に伴う損害賠償を予定し、又は違約金を定める条項に当たるか、③当該条項が定める入学時諸費用について平均的な損害を超えと言えるか、という点です。

第1審の東京地裁令和3年6月10日判決は、争点①～③に関していずれも肯定し、同法9条1項1号の適用を認め、入学時諸費用を13万円を超えて返還しないという意思表示等の差止めを認める一部認容判決を言い渡しました。

双方控訴後の東京高裁令和5年4月18日判決は、争点①、②を肯定し、争点③に関して平均的損害をさらに厳格に算定したうえで、入学時諸費用につき7万円を超えて返還しないという意思表示等を差止める判断を示しました。

事業者は最高裁に上告及び上告受理申立てをしましたが、いずれも認められず、高裁判決が確定しました。

COJでは当該条項により被害を受けた消費者が多数に上ることから、事業者を高裁判決に沿った自主的な返金を求めましたが、事業者が応じなかったため、2025年4月28日、事業者に対し、対象消費者の被害回復のため特定適格消費者団体として共通義務確認訴訟を提起しました。

(2) オーディション商法を行う事業者への差止請求(不当勧誘等)

本件は、実際にはレッスン及び出演業務を提供する契約の締結のためであるのに、その目的を隠匿して、オーディションを行うと宣伝し、オーディションと誤信して事務所に来所した消費者に契約を締結させていた事業者に対し、その不当な勧誘や不当契約条項の差止めを求めて提訴したものです。本件は不当勧誘を対象としているため、被害消費者らと連絡を取り事情聴取を行うなど証拠固めに労力を要した事案でした

(その過程で国民生活センターや各地の消費生活センターに協力をいただきました)。

請求内容は、①消費者に仕事を回すと言いながら実際には仕事を回していないことから、勧誘に際し、契約の役務内容について、特商法(訪問販売)、消費者契約法の不実告知がある、②訪問販売であるにもかかわらず、契約書の中に「クーリングオフはできない」という条項が使用されているなどを理由に不当勧誘、不当条項の差止めを求めました。東京地裁令和7年2月26日判決は、COJの請求をすべて容認し、同判決は確定しました。

(3) 自由診療を行うクリニックへの差止請求(優良誤認表示)

本件は、自由診療を行うクリニックが、ウェブサイト上の広告において、マクロファージ活性化療法、腸内フローラ移植療法、マイクロウェーブによる温熱療法、高濃度水素吸引療法、ACRS(自己血サイトカインリッチ血清療法)などの療法の効果を示す表現に関して、景品表示法の優良誤認表示に該当するとして広告の差止めを求めて提訴したものです。自由診療分野における消費者被害は、最近では、再生医療分野やがん治療等の代替医療分野等の領域で深刻化しています。本件の「再生医療・免疫療法」はその一例です。この分野の自由診療に関しては価格が高額である反面、その効果に関して必ずしも医学的に認められたものとは言えないものも多く、あたかも効果を有するような宣伝をすれば、諸種の事情から効果を期待する患者の自己決定権を侵害するおそれがあります。

COJではクリニックに対し、広告の根拠に関する質問書を送ったところ、クリニックは削除を約束したものの、削除の時期は6カ月以上先になると回答してきたため、やむなく提訴に至ったものです。

提訴されるやクリニックは直ちに差止めを求められたすべての広告表示をウェブサイトから削除してしまいました。COJとしてはこの訴訟によりこの分野における優良誤認表示の判断基準を明確にしたいと考えていたのですが、差止

めの対象がなくなってしまったことから、訴訟はクリニックが今後このような広告を行わないことを約束する和解により終了しました。

差止請求制度の成果

COJの申入れ件数は前記しましたが、全国の適格消費者団体全体では1,369件(2007～2024年末)に上るとされ*、申入れにより是正される場合が大多数のため、件数だけから見ても十分な成果をあげていると考えられます。とりわけ活発に差止請求が行われている不当条項に関しては、その成果を強く感じます。

消費者団体訴訟の成果は、このような法が直接の目的としたものだけにとどまらないように思います。例えば、適格消費者団体は、訴訟によらずに事業者との交渉により不当条項等の是正を実現しているケースが圧倒的に多いのですが、そこには訴訟を背景に適格消費者団体が不特定多数の消費者のために申入れを行い、それに事業者も真摯^{しんし}に対応せざるを得ないという、今までの消費者団体とは異なる、事業者との交渉における対等な関係性が見られるように思います。

さらに、各地の適格消費者団体を見ると、差止請求を行うことを目的として、弁護士、司法書士、行政の消費生活相談を担当する相談員、学者、消費者団体のメンバーなどによる専門性の高い集団が形成されており、その地域における消費者問題に関心を持つ専門家が集まる場になっていることも成果であると考えられます。

また、適格消費者団体や特定適格消費者団体が積み重ねた活動の成果が、消費者契約法や消費者裁判手続特例法等の活動の根拠法令の不十分な部分をあぶり出し、改正への立法事実の提供に役立っていることも成果として評価できると思います。

今後の課題について

今後の課題についてですが、適格消費者団体

の財政、情報、活動の広がりという面での脆弱性があります。差止請求は適格消費者団体にとって金銭的な見返りを期待できない業務ですから、行えば行っただけ財政的負担が増えます。そのため、活動の多くは会員の会費とボランティア活動に依存している状況にあります。今後、現在のような活動を維持継続していけるか、心もとないところがあります。

また、消費者被害の情報収集の面でも、わが国では消費生活相談を行政の消費生活センターが担ってきたこと、団体に消費者の相談に対応できるほど人的資源がないことなどから、消費者から寄せられる被害情報は多くない状況が続いているように思います。また適格消費者団体は差止請求に特化しすぎ、活動に広がりがないことから消費者の認知度アップにつながっていないという課題もあるように思います。

これらは従前から言われ続けている課題で、行政や消費者団体訴訟等支援法人からの支援や団体の自主的・意欲的な取組みにより克服が模索されているところですが、抜本的な解決には至っていないのが実情です。

また、事業者側に適格消費者団体の活動を正しく認識してもらうことも課題と言えます。適格消費者団体の活動は、消費者被害の防止に役立つのみならず、不当な取引行為を取引社会から放逐することで、公正な取引社会の実現に寄与するものと考えられます。まっとうな消費者取引を行っている事業者の事業活動に何ら悪影響を及ぼすものではありません。さらに、先に挙げた銀行のケースのように事業者が意識せずに不当な契約条項を使用しているような例では、適格消費者団体の指摘は事業者にとって改めてコンプライアンスを見直す契機になっているのではないかと思います。

そのような観点から、多くの事業者に適格消費者団体の活動への理解を深めていただきたいと願っています。

* ホクネット通信第94号における町村泰貴理事の報告