

消費者行政新未来創造シンポジウム ～新未来創造戦略本部開設1周年記念～

デジタル社会における 消費者法の在り方

カライスコス アントニオス
京都大学大学院法学研究科准教授

2021年7月5日



簡単な自己紹介

- アテネ大学法学部卒業、アテネ大学大学院法学研究科修士課程修了(修士(法学))
- 元 アテネ弁護士会所属弁護士
- 早稲田大学大学院法学研究科修了(博士(法学))
- タマサート大学(タイ、バンコク)法学部客員准教授、スオール・オルソラ・ベニンカーサ大学(イタリア、ナポリ)法学部客員准教授
- 日本消費者法学会理事、特定非営利活動法人消費者支援機構関西理事、総務省情報通信法学研究会構成員



簡単な自己紹介

- Fellow of the European Law Institute (ELI), Member of the Scientific Board of Mediterranea International Centre for Human Rights Research (Italy), Member of the Scientific Committee of the European Journal of Privacy Law and Technology (Italy)

書籍：

- ➔ 『不公正な取引方法と私法理論—EU法との比較法的考察』
(法律文化社、2020年)
- ➔ 『これからの消費者法—社会と未来をつなぐ消費者教育』
(法律文化社、2020年) [共著]
- ➔ Outline and New Developments of Japanese Inheritance Law (Adam Marszarek, 2021) [共著]



デジタル社会における消費者法の在り方

1 消費者に対する情報提供

- 情報提供モデルの崩壊?
 - ⇒ 情報提供による格差修正の限界
 - ⇒ より積極的な介入(規制)の必要性?
- 透明性のある取引環境の確保
 - ⇒ オンライン・プラットフォームなど

2 消費者情報の収集と利用

- 過度の収集と不当な利用からの保護
 - ⇒ ターゲティング広告やパーソナライズド・プライシングなど
 - ⇒ 消費者行動を阻害する可能性が高い



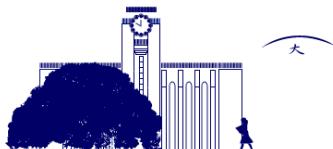
デジタル社会における消費者法の在り方

3 事業者に対する規制

- 消費者に対する過度の拘束の規制
- 計画的陳腐化への対応

4 エンフォースメント

- 私的エンフォースメントの強化
⇒ デジタル手段に適した、消費者の契約上の権利や救済手段の明確化および強化
- 集団的エンフォースメントの強化
⇒ 個別的エンフォースメントでの対応の限界



デジタル社会における消費者法の在り方

デジタル社会とサーキュラー・エコノミー

サーキュラー・エコノミー

単に消費を、資源から生産された製品を使用後に直ちに破棄するという直線として捉えるのではなく、一定の利用が行われた製品をそのまま、あるいはその姿を変えて再利用するという円形状に循環する経済の仕組み

デジタル社会 \leftrightarrow サーキュラー・エコノミー

-
-
-

消費者法の新たな役割



ご清聴いただき誠にありがとうございます

