

# 消費者法の「担い手」について —その意義および多様化—

消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会(2022年10月25日)

法政大学法学部教授 大澤 彩

# 問題意識

- \* 消費者法の「担い手」のベストミックスによる消費者法の発展

- 特に、行政機関・独立行政委員会(第三者委員会)と事業者の役割について  
フランス法を参考に

- また、この「ベストミックス」のための民事ルールの役割

- \* 消費者法の「担い手」でもある「消費者」の多様化

- 「消費者」概念の問題にとどまらず、今後の「消費者」法の展望

# 民事ルールと行政ルールによる消費者保護

- 消費者庁：景品表示法や特定商取引法に基づく法執行は活発＝行政ルールに基づく消費者保護における消費者庁の尽力
- 他方で、民事ルール＝消費者契約法に基づく消費者保護＝適格消費者団体の尽力

⇒ 民事ルールによる消費者保護における行政機関の役割は？

契約締結過程規制・契約内容規制における行政機関の役割＝立案や啓発？

## 参考：フランス法

- 競争・消費・詐欺防止総局(DGCCRF):消費法典等の消費者保護関連規定違反の調査・執行
- 国立消費研究所(INC):消費者啓発や調査・研究・消費者教育教材の提供など
- 国立消費審議会(CNC):諮問機関

このうち、DGCCRFに着目:経済省の管轄下。競争・消費に関する法的問題を扱う部署、食品のラベル規制等を行う部署、工業製品・健康関連製品・サービス・住居問題担当部署、運送・環境・通信担当部署。職員数は約3000名。

各地域にDIRECCTE、各県にDDPPまたはDDCSPPが設置。



# フランスのDGCCRF

「指導」: 違法行為の調査を踏まえた違反事業者に対する指導

濫用条項規制の場合: 濫用条項委員会の勧告への適合性や消費者の苦情を元に、時に事業者のインターネットサイトを閲覧するなどして日常的に調査。

「矯正」: 違法行為等の改善や、違法行為・違法条項の差止命令

濫用条項のブラック・リストおよび違法条項の削除命令は公表の対象となっている。

「抑止」: 差止命令に従わない場合の行政罰。重大な違反党への行政罰。刑事裁判所によって刑事罰を発してもらうための違反調査を検察官へ送付。

行政罰の対象には、情報提供義務違反や、濫用条項のブラック・リスト違反も含まれている。

+ DGCCRFによる民事裁判所または行政裁判所への濫用条項削除や契約上の義務違反行為の差止請求可能。

消費者への啓発・消費者からの通報受付(SIGNALCONSO)

# 濫用条項委員会

- 1978年に設立。消費担当大臣の管轄下で司法官・行政官・契約法および契約実務に関する有識者・事業者代表・消費者代表の委員から構成される独立行政機関
  - 一 濫用的であると推定される条項を定めるデクレ案に助言をする権限
  - 一 契約ひな型を調査し、濫用条項となり得る条項について法的根拠を付して勧告  
有識者による精緻な検討に基づく報告書⇒勧告へ（途中、事業者を「説得」）
  - 一 年報作成等、必要な情報を公表
  - 一 法改正の提案
- 「強制よりは協議によって」「ハード・ローよりはソフト・ローによって」

# 行政機関に民事ルールに基づく役割を期待する際の課題

- 消費者契約法の意義＝民法の特則。民事ルールとしての位置づけの再検討。

CF. 特定商取引法における民事ルール

- 行政機関が契約内容や契約締結過程の「コントロール」をすることについて

フランスでも、行政機関が契約内容の妥当性について評価することについては、議論されている(評価の余地がある民事規定の違反を行政機関が判断することの困難性など⇒濫用条項委員会の役割)

# 事業者の役割

- 消費者契約法3条をはじめとする、様々な「情報提供」の「努力義務」の意義  
契約内容だけではなく、消費者への「啓発」としての意味。  
⇒紛争解決方法、さらには、環境問題への配慮等を促すための情報提供？
- 裁判外紛争解決にあたっての事業者の役割？

「お客様相談室」

プラットフォーム事業者の役割

CF. フランスの消費者調停制度



# 行政機関・事業者の役割と民事ルールの実質化

- ・ 努力義務規定（しかも情報提供）の実質だけで良いのか？

例えば、不当条項リストの実質。

- ・ デジタル取引の増大⇒従来の民事ルールにおける考え方の再考：例えば、中心条項規制について

- ・ 情報・交渉力の格差の意味

情報＝契約内容だけではない。

交渉力とは？（例）AIによる消費者の意思決定へのコントロール⇒事業者の「行為」に着目した取消規定の必要性。今こそ、「脆弱性の濫用」といった幅広い一般条項が必要？

# 「消費者」の多様化：改めて、「消費者」「消費者」法とは？

- 「消費者」が「加害者」にも「被害者」にもなりうる。

↑ 「事業」性の有無による「消費者」概念の限界

中小零細事業者と、内職商法・サイドビジネス商法に基づいて契約をした者との違いは？

＝「事業」の実体の有無？

デジタル・プラットフォーム上の取引主体としての「消費者」

CF. 「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ける『販売業者等』に係るガイドライン」⇒人の知識・経験よりも、商品の種類や取引の形態

# 情報・交渉力格差＋アルファの「弱さ」？

- 典型的な場面：AIが活用されたターゲティング広告＝消費者が自分が提供している個人データによってプロファイリングされ、それによって意思決定や感情が操作されている

＝AIについての知識の有無の問題にとどまらない。消費者の認知能力が不十分で外部的影響を受けやすい点。

しかし、AIが介入する場合、「弱さ」は消費者・事業者間取引に特有なのか？

⇒いわゆる「つけ込み型」勧誘規制との関係

# 「消費者＋アルファ」庁？「消費者＋アルファ」法？

- 「事業者」「消費者」間の情報・交渉力の格差を前提にした消費者法・消費者行政。

⇒これだけでは捉えられない問題に対する消費者庁・消費者法の役割

AIやデジタル・プラットフォーム規制など

⇒個別法によるべきなのか？

- 消費者法から民法への「発信」

CF. フランスにおける従属状態の濫用規定（民法典1143条）

# 本報告に関連する報告者の論文

- 「不当条項規制における行政機関の役割—フランスの現状」消費者法研究8号(2020年)133頁以下
- 「ソーシャル・ネットワーク・サービス利用規約に関するフランス法の現状」法学志林118巻1号(2020年)103頁以下
- クレール＝マリー・ペグリオン＝ジカ(大澤彩訳)「フランスの濫用条項委員会の役割」民商法雑誌158巻1号(2022年)256頁以下
- 「消費法」岩村正彦＝大村敦志＝齋藤哲志編『現代フランス法の論点』(東京大学出版会、2021年)231頁以下
- 「いわゆる『つけ込み型』勧誘をめぐる私法法理の構造—フランス法の現状(1・未完)」法学志林117巻1号(2020年)1頁以下
- 「取引の『定型化』と民法・消費者法の役割」NBL1199号(2021年)32頁以下
- 「いわゆる『消費者的事業者』に関する一考察」国民生活研究60巻2号(2020年)75頁以下
- 「消費者・事業者概念を問い直す」現代消費者法53号(2021年)13頁以下
- 「AIと消費者」法律時報94巻9号(2022年)23頁以下