

消費者法の再設計 —社会科学の知見を前提に

京都大学大学院法学研究科教授

西内康人

KYOTO UNIVERSITY

京都大学



1. はじめに

- 自己紹介
 - 専門は、民法、消費者法、法と経済学
- 本報告の概要
 - 社民事法全体を経済学その他の社会科学と結び付けて法学を含めた社会科学全体の観点から分析する問題関心から、消費者法の再設計について試論

1. はじめに

- 報告の順序
 - 2では、消費者法の適用範囲の問題。
 - 3では、この適用範囲を考える上で問題となる消費者の特性としての脆弱性。
 - 4では、判例の具体的な分析を、行動経済学の助けを借りて行うことで、消費者法の発展可能性を示せるのではないかという試論。
 - 5で若干のまとめ

2. 消費者法の適用範囲

- 消費者法の適用範囲の概要
 - 事業者概念と消費者概念の対比によって決まっている。
 - 概念の区別基準としては次の二つの方向性がある。一つは、事業者概念を確定していく方向。もう一つは、消費者概念を確定していく方向。

2. 消費者法の適用範囲

- 事業者概念を確定する可能性とこの難点
 - 事業者概念を確定する際の問題としては、事業者の側に特有の規律が少なくなっていること、意義が不明確化していることが問題。
 - たとえば、商人に特有の規律は減少。会社法の規律も、会社特有の規律というより法人総則化。

2. 消費者法の適用範囲

- 消費者概念を確定する可能性とこの難点
 - 問題となるのは、消費者を取り巻く経済活動の変化、並びに消費者概念の核の一つであろう情報・交渉力に代表される能力の多様化。たとえば、フリマアプリ等のネットオークションでは消費者も反復継続して利益獲得が可能。他方、3で述べる脆弱性のように消費者の中でも特に保護を要求される主体の存在。
 - 経済活動との関係では、アテンションエコノミーでは対価の意味が変化。たとえば、消費者に金銭的不利益は生じづらく、また、対価は消費者以外の第三者から受領。

2. 消費者法の適用範囲

- 消費者概念・事業者概念の今後の可能性①一個別状況への注目
 - 状況の濫用のように、一般条項的な条項で考慮要素の衡量で問題を解決する方向性と通じるところ。
 - A I など個別の状況に適合的な判断の容易化は、こういった方向を後押しする可能性。
 - しかし、典型契約に見られるような法的なものの考え方・思考経済に反してしまう可能性。

2. 消費者法の適用範囲

- 消費者概念・事業者概念の今後の可能性②—事業者概念精緻化
 - 消費者契約法はあくまでこの考え方であり、伝統的には有力な方向性。
 - しかし、上述のように、事業者の典型例である商人・会社に結びつけられる特別の法的効果・責任の少なさという現状に照らしてみると、この方向性は昔に比べて苦しくなっている状況と直視する必要性。

2. 消費者法の適用範囲

- 消費者概念・事業者概念の今後の可能性③—消費者概念精緻化
 - 消費者に特有の弱さとこれによる悪影響のメカニズム解明に注力したほうがよい可能性。
 - もちろんこの方向性をとるとしても、巨大プラットフォーマーのような競争法上の問題も出てくる特別な事業者とこの責任は今後さらに重要性を増していくでしょうが、これは別カテゴリーとして、つまり、消費者との区別のために見るべき対象ではないものとして扱えば十分。

3. 消費者の脆弱性

- 脆弱性について述べられていること—三つの脆弱性
 - 第一に、消費者の属性的な脆弱性。若年、老年、障害のほか、貧困のような金銭的な脆弱性を含める考え方も。
 - 第二に、消費者の心理的な脆弱性。限定合理性しか持たないような消費者の側面に注目。そして、このような観点は、以上の属性的な脆弱性ではとらえきれない、より一般的な脆弱性が存在するという主張。
 - 第三に、消費者の状況的な脆弱性。訪問販売・電話勧誘などを通じて狙い撃ちにされることや、デジタル化によるダークパターンの利用など、以上のような脆弱性が探知されたり、作出・強化されたりするという場面を問題視。

3. 消費者の脆弱性

- 脆弱性の精緻化の試み—総論

- 貧困のような金銭的脆弱性は、若年性など人と不可分に結びつく属性に比べれば人と離れる部分も。そこで、金銭的脆弱性の整理が必要。
- 第一に、狭義の適合性原則などで問題とされてきたように、例えば、高額・高リスクの金融商品を購入することによって生活全体が破壊されてしまうというリスクと結びつける方向性。
- 第二に、より直接に認知能力・自己抑制能力と結びつける方向性。金銭的な欠乏状態が認知能力にも影響を及ぼすという研究を前提。

3. 消費者の脆弱性

- 脆弱性の精緻化の試み—第二の方向性のさらなる精緻化
 - 追加の1点目として、金銭的困窮状態は、消費者の属性的な脆弱性にある障害者などの金銭的な稼働能力が低いという状態とも結びつけることが可能。
 - 追加の2点目として、時間的欠乏・心理的な負荷の点からも脆弱性というものを統一的に、かつ、誰にでも起こり得るようなこととして理解することは可能。
 - 以上のように見ると、脆弱性は認知的な問題を中心にまとめることが可能。

4. 行動経済学を通じた消費者法の深化可能性

- 以上のまとめとここでの論述
 - 脆弱性に関する問題は認知的な問題を中心としてまとめられることを前提。
 - 時間も限られているので、今回の報告では行動経済学の観点からの判例の分析を通じた内容規制の深化可能性を考える。

4. 行動経済学を通じた消費者法の深化可能性

- 検討の一候補—最判平成23・7・15民集65巻5号2269頁
 - 事案は、家屋賃貸借の更新料につき消費者契約法10条の適用が問題となったもの。ここでは、同後段の適用要件を問題とする。
 - 更新料条項には①賃料の補充など「対価等の趣旨を含む複合的な性質」を持っており経済的合理性があるとした上で、「②賃貸借契約書に一義的かつ具体的に記載された更新料条項は、③更新料の額が賃料の額、賃貸借契約が更新される期間等に照らし高額に過ぎるなどの特段の事情がない限り」消費者契約法10条後段違反にならない（①から③は報告者）。

4. 行動経済学を通じた消費者法の深化可能性

- 民法90条の連続性

- 民法90条の規制根拠とほぼ同様の考え方をを用いることが可能。つまり、一方当事者の不利益から心理的バイアスと非効率な契約に入っている可能性を推定する方向性。および、利益の総和を増大させないような行動に費用が費やされることの防止。
- 以上の観点と、平成23年判決の③は整合的。つまり、不利益な状況が生じる場面の過小評価という楽観主義バイアス・自信過剰バイアスや、こうした不利益が将来のものであることを考えると現在の利益と比較して軽視しがちな近視眼バイアスの影響を考えることが可能。

4. 行動経済学を通じた消費者法の深化可能性

- 民法90条との違い

- 心理的バイアスの影響として、②の点は利用可能性バイアスや、考慮対象の限定の問題を考えることができる可能性。
- 暴利行為論において心理的バイアスを大きくしていると推定させるための窮状利用の要素、つまり、無経験、無思慮、窮迫という要素をこの場面では使わないことも正当化できる可能性。すなわち、以上のような利用可能性バイアスや考慮要素の限定という消費行動は窮迫状況でない場面にも広くみられるところであって、消費者側に不合理な不利益が存在していることは楽観主義バイアス等の影響が弱かったとしてもそうした点から説明可能。

5. おわりに

- この報告で述べてきたこと
 - 消費者概念の確定の必要性、脆弱性概念の認知的問題からの理解、行動経済学に照らした消費者契約法10条の理解といった社会科学全体の知見を前提としてこそ見えてくる法的に対処すべき問題とこの問題に対処する一定の方向性
- ご清聴ありがとうございました