

# 第2回 消費者法制度の パラダイムシフトに関する専門調査会

## EU消費者法の展開と展望

カライスコス アントニオス  
龍谷大学法学部教授

2023年1月31日(水)

# 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))
- マラヤ大学(マレーシア、クアラルンプール)法学部客員教授、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、ホーチミン市法科大学(ベトナム)非常勤講師
- 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、消費者庁新未来創造戦略本部 新未来ビジョン・フォーラムフェロー

# 簡単な自己紹介

▪ Fellow of the European Law Institute (Austria), Member of the Scientific Board of Mediterranea International Centre for Human Rights Research (Italy); the Scientific Committee of the European Journal of Privacy Law and Technology (Italy); the International Editorial Committee of the Journal of Liberty and International Affairs (Republic of North Macedonia); and the Editorial Board of the Journal of Law, Market and Innovation (Italy)

## 主な書籍:

- ⇒ 『ストウディア消費者法』(有斐閣、2022年)[共著]
- ⇒ 『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)[単著]
- ⇒ 『これからの消費者法—社会と未来をつなぐ消費者教育』(第2版、法律文化社、2023年)[共著]
- ⇒ Outline and New Developments of Japanese Inheritance Law (Adam Marszarek, 2021)[共著]

# 報告の流れ

- I EU消費者法の展開
- II EU消費者法の近時の動向
- III EU消費者法の特徴と展望

# 3つの柱

① 現代化

② 実効性確保

③ グリーンへの移行

+

デジタル・トランスフォーメーション(DX)への移行

# I EU消費者法の展開

# EU消費者法の展開

- 1980年代から、個別の領域や取引類型に適用される一連の指令を通じて、EU消費者法の平準化作業が進められた
  - ⇒ 製造物責任指令85/374/EEC、不公正契約条項指令93/13/EEC、不公正取引方法指令2005/29/EC、消費者権利指令2011/83/EU、デジタル・コンテンツ供給指令(EU)2019/770、物品売買指令(EU)2019/771 など
    - ※ EU消費者法の「断片化(モザイク構造)」という問題
      - いわゆる「水平的指令」(下線の両指令)による対応
        - …日本法に関する提案として、日本弁護士連合会「公正な消費者取引を確保するために分野横断的に適用される行政ルールを整備を求める意見書(2022年2月18日)を参照
- 指令による平準化の程度 ⇔ 規則の活用の促進

# EU消費者法の展開

## ■ エンフォースメント

⇒ 基本的に、加盟各国の国内法に委ねられている

※ ドイツ、フランスなどの様々なアプローチ

※ 加盟国によってエンフォースメントの在り方と実効性の程度に相違

⇒ 実効性確保の程度の相違が問題視されるように

※ EUの方向性転換

◇ たとえば、現代化指令

→ 不公正契約条項指令、価格表示指令、不公正取引方法指令、消費者権利指令に罰則に関する規定を追加

→ 不公正取引方法指令に民事的救済に関する規定を追加



# EU消費者法の展開

指令	対象事項	民事効	実効性	罰則
不公正契約条項指令	不公正な契約条項の規制	6条	7条	8b条
不公正取引方法指令	取引過程全体の規制	11a条	11条	13条
消費者権利指令	事業者の情報提供義務、営業所外契約、通信取引契約	9条以下	23条	24条
デジタル・コンテンツ供給指令	デジタル・コンテンツ等の適合性	11条以下	21条	-
物品売買指令	物品等の契約適合性	10条以下	19条	-
価格表示指令	適切な価格表示の確保	-	11条	8条

## Ⅱ EU消費者法の近時の動向

# 消費者の権利の強化

- 近時の動きとして、後掲の「新消費者アジェンダ」において、コロナ禍の影響をも考慮した消費者の権利強化のためのアクション
  - ① 権利が適切な内容となっているのかの見直し
  - ② より適切な情報提供（持続性の側面を含む）
  - ③ 適切な意思決定プロセスの確保
  - ④ 実効性の確保（エンフォースメント）
  - ⑤ 消費者の多様性への対応
  - ⑥ 国際的な連携

# 「市場法」としての 位置づけの強化

たとえば……

- **GDPR(一般データ保護規則(EU) 2016/679)**
  - ⇒ 個人データ処理の規律
  - ⇒ EUに所在する消費者の個人データを処理するEU域外の者にも適用〔域外適用〕
- **P2B規則(オンライン・プラットフォームにおけるビジネス・ユーザーのための公平性・透明性に関する規則(EU) 2019/1150)**
  - ⇒ オンライン・プラットフォーム対ビジネス・ユーザーの関係を規律
  - ⇒ EUに所在するビジネス・ユーザーにサービスを提供するプラットフォームにも適用〔域外適用〕

# EU消費者法の近時の動向(1)

消費者のためのニュー・ディール(2018年)

## ① 現代化指令(EU) 2019/2161

不公正契約条項指令93/13/EEC、価格表示指令98/6/EC、  
不公正取引方法指令2005/29/EC、  
消費者権利指令2011/83/EU を改正

……デジタル化への対応のほか、実効化措置

(例:不公正取引方法指令への違反行為に対する消費者の  
救済手段を明確化〔消費者が被った損害の賠償および  
該当する場合には代金の減額または契約の解消を含む〕)

## ② 消費者代表訴訟指令(EU) 2020/1828

消費者の集団的保護手段として、従来の差止めに加えて、  
集団的被害回復を追加

……今後は、双方があらゆるEU加盟国で存在

# EU消費者法の近時の動向(2)

デジタル・サービス法パッケージ(2020年)

## ① デジタル・サービス規則(EU) 2022/2065 (DSA)

オンライン・プラットフォーム等の仲介者に、規模や役割等に応じて異なる義務を課している〔消費者保護〕

※ EU消費者保護上における最大級の立法  
……EU域内に向けてデジタル・サービスを  
提供している主体にも適用〔域外適用〕

## ② デジタル市場規則(EU) 2022/1925 (DMA)

「ゲートキーパー」として機能するオンライン・プラットフォーム等に対して一定の規制を行う〔競争法〕  
……EU域内に向けて核心的なプラットフォーム・サービスを提供するゲートキーパーにも適用〔域外適用〕

# EU消費者法の近時の動向(3)

新消費者アジェンダ (2020年～2025年)

## ① グリーンへの移行

持続可能な商品、持続可能な選択

のための情報提供

## ② デジタル・トランスフォーメーション(DX)への移行

ダーク・パターンや隠れた広告等、

AI、製品の安全性、

リテール金融サービス関連指令の見直し

# Ⅲ EU消費者法の特徴と展望



# EU消費者法の特徴と展望

## 1 現代化関連

### ① 「情報提供モデル」の変容

⇒ 主体の拡張(例:オンライン・プラットフォーム)

⇒ 情報提供に関する「設計上の義務」

### ② デジタルと非デジタルにおける消費者保護水準の同等性

⇒ 「デジタル・フェアネス」に関するフィットネス・チェック  
(結果は、2024年第2四半期に公表予定)

⇒ デジタル・コンテンツ供給指令と物品売買指令における、  
消費者が有する救済手段の(ほぼ)統一 + 「デジタル要素を伴う物品」(スマートフォン、スマートウォッチ、スマートホーム等)に適用される規律の明確化

⇒ 製造物責任指令の改正、AI関連法の制定

# EU消費者法の特徴と展望

## 2 実効性確保関連

① EUレベルでの規律の導入(例:現代化指令による改正後の不公正取引方法指令)

### ② 手続的側面の強化

⇒ 裁判所による職権での審査

.....不公正契約条項 +  $\alpha$

⇒ ADRやODR関連立法(+P2B規則等)

⇒ 代表訴訟指令

### ③ 加盟国間の協力・連携の強化

⇒ 消費者代表訴訟指令、消費者保護協力規則

(EU) 2017/2394

# EU消費者法の特徴と展望

## 3 グリーン + デジタル への移行関連

① 「持続可能性」というキーワードの影響の下で、今後、既存の消費者保護法が変化する可能性

⇒ 消費者保護水準の低下？

※ ただし、アキ (*Acquis Communautaire*; 規則・指令・判例法等蓄積されたEU法体系の総称) の重要性

⇒ 救済手段に関する消費者の選択肢の縮減？

※ 視点を変えれば、市場における消費者の選択肢の増加？

② 消費者保護と個人データ

⇒ 一層の交錯

ご清聴いただき  
誠にありがとうございました

[karaiskos@gmail.ne.jp](mailto:karaiskos@gmail.ne.jp)