

消費者法のデザイン (ver.1.0)

2024年12月24日

@第15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」

水野祐（弁護士、シティライツ法律事務所）



Except where otherwise noted, contents on this slide is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

自己紹介

- 法律家／弁護士（シティライツ法律事務所）
- Creative Commons Japan理事
- Arts and Law理事
- 慶應義塾大学SFC非常勤講師
- グッドデザイン賞審査員（システム・サービスのユニットを担当）
- 上場企業、スタートアップの社外役員
- エンジェル投資
- 著作
 - 『法のデザインー創造性とイノベーションは法によって加速する』（フィルムアート）
 - 『ルール？本 創造的に生きるためのデザイン』（フィルムアート社）
 - 『オープンデザイン参加と共創から生まれる「つくりかたの未来」』（オライリー・ジャパン、共同翻訳・執筆）
 - 『新しい社会契約（あるいはそれに代わる何か）』（WIRED連載）など



シティライツ法律事務所 CITY LIGHTS LAW



MISSION

ABOUT

MISSION

TEAM

NEWS

法を駆使して 創造性、イノベーションを最大化する

シティライツ法律事務所は、After the Internetのテクノロジー、ビジネス、カルチャーに対する深い理解を前提としたリーガルサービスを提供する法律事務所です。私たちは、法律や契約といった法に関する様々なスキルや経験を駆使して、クライアントの創造性やイノベーションを最大化することをミッションとして掲げています。法律家としての専門性を当然の前提としつつも、既存の枠組みや固定概念にとらわれない「姿勢」により選択される、個性を持った少数精鋭の法律事務所を志向しています。

弊所のメンバーは、インターネットを含むICT、メ

Using the legal framework to maximize creativity and innovation

City Lights Law provides legal services with a deep, foundational knowledge of the technology and business of, and culture in, the post-Internet society. With a mission to maximize our clients' creativity and innovation, we aim to utilize our legal skills and capitalize on our experiences. While providing world-class legal expertise, we operate from a unique problem-solving stance that moves beyond pre-existing assumptions or rigidly fixed concepts.

<http://citylights.law/mission/>

『法のデザイン 創造性とイノベーションは法によって加速する』 (2017)

- 法（法律や契約など）を単に規制として捉えるのではなく、**物事や社会を良い方向に誘導したり、加速させたりするための滑走路・潤滑油・補助線**としても捉えるアプローチ
- 「**リーガルデザイン**」
 - 立法や法改正だけでなく、法解釈（と行政との対話）や共同規制などの公民による法の共創から、契約、知財戦略も含む。
 - 既存のルールを疑い、新しいルールを設計・共創していく視点、姿勢、技術
- **法 x デザイン思考**
 - ユーザー視点で課題を発見し、ユーザーと共創する形で解決していく
- **法とは、わたしたちの生活を「心地良く」「豊か」にするためのツールであり、テクノロジーであるとする立場**
 - 「守る」ものではなく、「使う」もの
 - 見直して、アップデートするもの



消費者・事業者概念の再考① 一事業性で区別？

- 定義
 - 「消費者」：個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。）（消費者契約法2条1項）
 - 「事業者」：①法人その他の団体、及び②事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人（消費者契約法2条2項）
- 「消費者」と「事業者」を事業性の有無での区別
- しかし、
 - 事業性と情報の質・量、交渉力等の格差の関係は自明ではない
 - 格差とは相対的・実質的なもの
 - 「消費者」も「事業者」もさまざまであり、かつ、情報の質・量、交渉力等の格差は、「消費者」と「事業者」それぞれの性質により異なるはず
 - 例えば、企業でもスタートアップと大企業、CtoC取引などで異なる
 - 消費者とは、格差・脆弱性を抱えるユーザーの一態様に過ぎないのでは？
 - cf. 「消費者、未成年者、ヘイトスピーチ、セクシャルハラスメント、その他の差別的行為の対象となる特別なリスクのあるユーザーを含む、サービスの受け手」（EU・DSA前文40項）

消費者・事業者概念の再考② 一消費（者）を巡る環境変化

- 消費・事業それぞれの態様の多様化
 - CtoC取引の増大
 - デジタル取引の増大
 - 対価性の不可視化による権利侵害の捕捉しづらさ
 - 金銭だけでなく、時間や注意力（アテンション）、行動・閲覧履歴を含む個人に関する情報等の「消費」
 - （そもそも、これは「消費」なのか？）
 - 表示（表現）だけでなく、**アーキテクチャル／アルゴリズムミミックな欺瞞的・操作的な技術**による権利侵害リスクの増大
 - 例：ダークパターン
 - 消費環境のデジタル化→消費者法の情報法化
 - AI時代においてより深刻化
 - 消費≡取引・契約関係を前提としているが、プラットフォーム経済等の影響により市場は多面的に

消費者・事業者概念の再考③ 一消費（者）の能動的側面

- 消費者の自由（ユーザーの自由）
 - 消費者の「幸福」（自由・自律性の尊重）
 - 消費者の自律的な選択がサービスや製品の質だけでなく、取引環境を向上させる
 - 意識的消費（conscious consumption）の広がり
- 消費者を能動的で創造的な存在とみなす考え方
 - プロシューマー（生産消費者）やユーザーイノベーション理論（エリック・フォン・ヒッペル）等の概念
 - 消費者を「イノベーションの源泉」として捉え、共創型のサービス・製品開発やユーザー主導のイノベーション環境を整える動き
 - オープンソース・コミュニティ、カスタマイズ・DIY製品、クラウドファンディング、ハッカソン／メイカソン等
- リユース市場の要請・広がり
 - 修理、中古・リファーマビッシュ（整備済み再生製品）
 - 持続可能性の要請にも合致

消費者法の目的・役割の再考

- 国民消費生活の安定向上から **自律的で健全な取引環境の実現** へ
 - 消費者の格差是正と脆弱性対策は必要だが、よりプロアクティブ（能動的）に
 - リアクティブ（受動的）な消費者法制度では動的な環境変化に対応できない（消費者保護も後追いに）
 - 「消費」や取引・契約関係の有無にかかわらず規律が可能（とりこぼしを少なくできる）
- 消費者の保護と自由の適切なバランス
 - 消費者を受動的な「被害者」、事業者を能動的な「加害者」としてだけではなく、いずれも **取引環境の自律性・健全性を確保するための積極的なアクターとして「も」捉える視点**
 - cf. EUデジタルサービス法（DSA）、デジタル市場法（DMA）は、消費者の自律的な選択を支援し、デジタル市場の一翼を担う存在として消費者を捉えている？
 - 消費者法制度を消費者・事業者と共創する
 - 共創するアクターとして捉える以上、情報提供の強化と消費者教育の充実が必要
- 競争法との棲み分け
 - BtoB領域における健全な取引環境の実現を担うのが競争法
 - BtoC領域における健全な取引環境の実現を担うのが消費者法
- 消費者（法）制度全体を司令塔となる基本法は？
 - 「消費者政策」（消費者基本法）と「消費者制度」（消費者契約法）の関係性
 - 消費者法制度・政策の全体像のわかりづらさ

グラデーションと柔軟性のある規律

- **格差・脆弱性の類型化によるリスクベースの規律**
 - 消費者・事業者の性質や格差・脆弱性の類型化によるリスクベースの規律
- **事業者の優良・悪質性に応じた規律**
 - **悪質な事業者に対する法適用・執行の強化**
 - 優良・悪質性の評価
 - 事前（平時）の評価（ガイドライン等の遵守等）
 - 事後（有事）の評価（違反の回数・悪質性、是正の対応等）
 - 「ルールを破って育てる」視点
 - 優良な事業者はルールを共創するパートナーとして
 - 悪質な事業者は（制裁しつつ）ルールをデバッグする存在として
 - **優良な事業者のインセンティブの確保・支援も重要**
 - なぜなら消費者法制度を共創する模範的なアクターだから
 - ガイドライン遵守による適法性推定（立証責任の転換）

公民協働の在り方

- グラデーションと柔軟性のある規律のための公民協働（共同規制）
 - 自律的で健全な取引環境の実現に向けた、消費者の保護と自由を適切なバランスさせた規律
 - **民間団体（消費者団体・事業者団体）の参画と役割の重要性**
- 消費者団体、事業者団体の参画
 - 消費者団体の参画がより課題
 - 既存の消費者団体の課題（デジタル対応の遅れ、高齢化、資金不足等）
 - 権利代表としての正当性の課題
 - 企業との関係構築における課題（消費者団体が企業と対立的な立場を取ることが多く、協力的な関係を築きにくい）
 - **官民協議会**
 - cf.取引デジタルプラットフォーム官民協議会
 - 政府による健全性への介入は、既存の民間団体に限界がある以上、透明性や適切な監視を前提に技術的な支援に留まる限りは問題ない？
 - **特に事業者団体・企業が自主的に消費者保護に取り組むインセンティブが大切**
 - 優良・悪質性の評価において、消費者団体との対話を重視し、対話のインセンティブを確保（場合によっては消費者団体の特定・育成）

その他（個人的な興味）

- 「消費者」における子どもの位置づけ
- ダークパターン規制の位置づけ
 - 利用規約、プライバシーポリシー等のtoC契約
- 製造物責任法、修理する権利の位置づけ

Thank you 🙏