

平成30年6月14日現在

機関番号：14301

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2015～2017

課題番号：15K16973

研究課題名(和文)「事業者」概念からみた「消費者」概念の再定義

研究課題名(英文)Redefining the concept of "consumer" through the concept of "business"

研究代表者

カライスコス アントニオス(Karaiskos, Antonios)

京都大学・法学研究科・准教授

研究者番号：60453982

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,800,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、消費者概念の内容について、これと対置されることの多い事業者概念との関係を通じて検討することで、新たな側面や問題点を見出すことができると考え、消費者と事業者との間の取引関係等について、主にEU私法の展開等を踏まえながら考察した。その結果として、これら2つの概念はすべての場面において対立するものではなく、その内容が重なる場合があるのみならず、時として同じ方向性をもつことがありうることが判明した。消費者と事業者との間の関係において、協働的なものともいえるこのような側面を支援するためにはどのような規律体系が求められるのか、今後の研究でより深く分析することとしたい。

研究成果の概要(英文)：In this research, I proceeded with the assumption that it is possible to discover new aspects and issues of the "consumer" notion, by considering the relationship between this and the "business" notion, which are usually treated as being opposed notions. I therefore conducted an examination of transaction relations etc. between consumers and businesses, mainly through a comparative law analysis with EU private law. As a result, it became clear that these two concepts are not opposed to each other in all situations. On the contrary, their contents not only overlap, but sometimes may also have the same direction. In this aspect, my intention is to analyse more deeply in future research what kind of a discipline system would be adequate for supporting such aspects of this relation between these two notions, that can be said to be collaborative.

研究分野：民法、消費者法

キーワード：消費者概念 事業者概念 消費者契約 不招請勧誘規制 広告規制 EU私法 EU消費者法 消費者市民社会

1. 研究開始当初の背景

(1) 研究開始当初および現在の日本法では、消費者を保護するための法体系として、一般法である民法のほかに、個々の取引類型等に対応した消費者契約法、特定商取引法、割賦販売法等の特別法を設ける方法が採られている。そのため、たとえばフランス法におけるように、消費者法について包括的に規律する「消費(者)法典」のような法律は存在しない。このことから、民法と消費者法の位置関係、および個々の消費者保護関連立法の位置関係が問題となり、議論の対象とされてきている。

そして、研究開始当初において議論が終盤を迎えつつあった民法(債権関係)改正との関係で、民法と消費者法、および個々の特別法の位置関係が、改めてより集中的な議論の対象となっていた(内田貴『債権法の新時代』(商事法務、2009年)22頁以下)。議論の主な内容は、民法に「消費者」に関する規定を設け、消費者取引を一般化して規律した方が望ましいのか(以下「一般化」という)、また、個々の特別法を消費法典等にまとめて規律した方が適切なのではないかという点を対象とするものであった。

(2) 民法と消費者法との関係については、日本では、従来から、個々の消費者保護立法(特別法)の導入の際にも議論されてきたところである。その代表例としては、たとえば、不当条項の無効を定める消費者契約法10条において、無効の一要件とされている信義則違反における「信義則」と、民法1条2項に定められている「信義則」との関係、また、消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項の無効を定める消費者契約法9条における「損害賠償」概念と、民法に定められている「損害賠償」概念との関係などを挙げるができる。

民法と消費者法とのこうした関係についての、民法(債権関係)の改正における主な考え方は、消費者関係規定を民法に導入せず、特別法のままとするものであるが、それには、民法に参照規定を設けるというものと、消費者契約法の基本規定を民法に導入するというものがあった。この議論は、消費者契約法等の特別法の将来的な改正や消費者法典の制定の可能性とも関連している。また、民法と消費者法、そして、民法における「人」概念と消費者法における「消費者」概念の関係を抜本的に見直し、それぞれの領域を含めて再検討するきっかけを与えるものとなっている。

(3) 他方で、個々の消費者保護立法の関係についても、主にその適用範囲の相違や重複を中心として議論がされてきたが、なお問題が残されている。たとえば、消費者契約法の適用範囲を画する要素となる「消費者」概念および「事業者」概念については、同法2条に

定義規定があるが、他の特別法はそうした規定を持たないことから適用範囲を統一的に理解することが難しく、制度の透明性を保つことが困難になっているという状況にある。

(4) 研究開始当初は、民法改正における議論の状況を受けて、特に消費者契約法において特有の手当をする必要性等について消費者庁や消費者委員会の検討チーム等において考察が加えられていた。また、「消費法典」のような包括的な規律を導入する必要性や、「消費者売買法」などに限定された包括的立法を採用することが望ましいといった点も指摘されていた(河上正二編著『消費者契約法改正への論点整理』(商事法務、2013年))。

(5) 研究開始当初のヨーロッパ私法の動向をみると、契約法統一に向けて、ランドー委員会によって「ヨーロッパ契約法原則(Principles of European Contract Law, PECL)」が作成され、ヨーロッパで広く受容されていた。また、共通参照枠草案(Draft Common Frame of Reference, DCFR)も公表され、私法全般の統一作業は、紆余曲折を経ながらEU主導でそれなりに進んでいるようであった。

統一に向けたこの準備作業においても、民法と消費者法との関係に焦点が当てられてきた。たとえば、DCFRでは、消費者法は私法の独立した分野ではなく、私法の一般原則からの偏差により構成されているもの、これらの一般原則を基に築かれているとして、消費者契約法を含む契約法が対象となることが決定されている。さらに、ヨーロッパ共通売買法規則提案(Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Common European Sales Law, CESL)も、消費者契約をその適用対象の中核としつつも、事業者間契約の一部をも規律する形を採っている(Reiner Schulze, *Common European Sales Law (CESL): A Commentary*, Nomos Verlagsgesellschaft, 2012)。

EUの消費者保護関連指令においても、「消費者」概念の相違がみられるために様々な障壁が生じることが論じられてきており(Hans Schulte-Nölke, Christian Twigg-Flesner, Martin Ebers (eds.), *EC Consumer Law Compendium*, Sellier, 2008, p. 455 ff.)。2011年の消費者権利指令等を通じてその統一が図られてきている。また、それを受けた国内法化でも、各国の偏差があるが同じような動向がみられる(Stefan Vogenauer, *Verbraucherbild(er) im EU-Recht*, EUVR, vol. 3, no. 2 (2014), S. 59-60)。

2. 研究の目的

(1) EUにおける以上の検討は、日本の法理論に対して次のような示唆を与えるもので

あり、有用なものであると考えた。

第一に、消費者契約法をはじめとする日本の消費者保護関連立法の導入の際には、EU法の制度が調査され、参考とされてきているため、EUの立法状況や欧州連合司法裁判所の判例のその後の展開を分析・検討することは、日本における議論において参考になる。

第二に、EUには、消費者契約法に関する規定を民法に取り込んでいる加盟国（たとえばドイツ）と、民法と消費者契約法のそれぞれにつき個別の法体系を形成している加盟国（たとえばフランス）があるため、EU法の展開に伴う加盟各国における国内法の動向を確認することは、日本におけるこれらの法の位置づけを考察する上で欠かせない。

第三に、日本においては、「消費者法」概念を対象とした研究は行われてきているが、「事業者」概念を中心としたものはあまりみられず、EU法における「事業者」概念をめぐる展開を比較法の対象とすることの意義は大きい。

(2) 以上を踏まえて、本研究では、消費者法の境界線を描く重要な要素である「消費者」概念を再定義するための材料として、その対極にある「事業者」概念の内容および範囲について、ヨーロッパ私法の動向をふまえて日本法と比較しつつ明確化し、これを通じて、最も望ましい形での民法と消費者法の位置づけについて考察を加えることを目的とした。

こうして、本研究では、従来の議論を背景として、ヨーロッパ私法における新たな動きを踏まえつつ、消費者法の範囲を描く重要な要素となる「消費者」概念を、「事業者」概念に焦点を当てて再定義することによってその位置関係を明らかにし、日本において望ましいと考えられる今後の方向性について考察することを目指した。

3. 研究の方法

本研究では、まず、国内での資料収集を中心的な方法として用いた。また、それと並行して、国内で開催された研究会等に参加し、国内外の研究者との議論を通じて情報を集め、研究の方向性について再確認・再検討をした。さらに、大学の図書館等を通じて海外の資料収集等を進めた。

海外の情報の収集については、上記のほか、海外で行われた会議等に参加したり、海外の大学や研究所等の図書館においても資料収集を行った。

なお、上記のような作業を通じて得られた成果については、後述する論文等（日本語および英語によるもの）のほかに、国内外での研究会等で報告を行い、積極的に発信を行った。

4. 研究成果

(1) 本研究では、初年度から、事業者と消費

者との間の契約（消費者契約）に関する規律の動向や問題点を整理することに努めた。この点について、日本および比較法的研究の対象としているヨーロッパ私法の動向を押さえることで、検討対象とすべき事項を抽出し、さらに、より深く考察することに特に集中した。

(2) 具体的には、ヨーロッパ共通売買法（後掲雑誌論文^①）やリスボン条約がヨーロッパ法に与えた影響（後掲雑誌論文^②）について検討することで、ヨーロッパ私法および公法における消費者契約に関する動向を把握することができた。特に前者においては、中小規模以下の事業者を消費者として保護する必要性を再認識することができた。

(3) 消費者と事業者との間の契約に関する重要な側面としては、不招請勧誘（電話勧誘および訪問勧誘）規制が挙げられる。これについては、ヨーロッパ等におけるその在り方や問題点について多くの論文で考察した（後掲雑誌論文^①、^⑦、^⑧、^⑨、^⑮、^⑯、^⑰、^⑳、^㉑、^㉒、^㉓、^㉔、^㉕、^㉖）。この検討を通じて得られた示唆は複数あるが、中でも特に、消費者の保護を通じて健全な事業者も保護されること、つまり、特にこの点においてはこれら2つの概念が同じ方向性にあることが確認できた。

(4) 消費者と事業者との間の関係において、上記(3)と同様の重要性を有する側面としては、広告規制がある。これについても、ヨーロッパにおける状況を複数の論文（後掲雑誌論文^⑥、^⑬、^⑭、^⑳、^㉑、^㉒、^㉓、^㉔、^㉕、^㉖、^㉗、^㉘、^㉙、^㉚）で検討した。ここでも、消費者契約において消費者に一定程度以上の保護を提供することで、健全な市場の確保、引いては健全な事業者の保護を実現することができることを再確認できた。なお、消費者と事業者が具体的な取引を開始する前の段階（たとえば、事業者が広告を行う段階）においても、一定程度以上の保護水準を確保する必要性について、比較法的考察を通じて示唆を得ることができた。

(5) 上記の他にも、いくつかの視点から分析を行ったが、最後に特筆したいのは、消費者市民社会という枠組みにおける考察である（後掲雑誌論文^⑳）。この考察を通じて得られた結論は、消費者市民社会という考え方下では、消費者概念は、消費者の事業者としての側面、および事業者の消費者としての側面を含めて捉える流れが引き継がれているということであり、本研究の検討について重要な要素を抽出することができた。

(6) 以上、本研究の対象については多角的な分析および考察を加えたが、そのまとめの作業についてはなお継続中であり、今後公表す

る予定であることも記しておきたい。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計 36 件)

カライスコス アントニオス、フランス・イタリアの Do-Not-Call 制度、ウェブ版国民生活、105 号、2015 年、15-17 頁、査読無

カライスコス アントニオス、(翻訳)クリスタ・トブラー「リスボン条約と消費者法へのその影響」、関西大学法学論集、65 巻 2 号、2015 年、150-164 頁、査読無

中田邦博 = 寺川永 (監修) カライスコス アントニオス、寺川永、右近潤一、ドイツ債務法現代化の景観 - 日本民法改正への示唆を得るために、川角由和 = 中田邦博 = 潮見佳男 = 松岡久和編『ヨーロッパ私法の展望と日本民法典の現代化』(日本評論社)、2016 年、223-243 頁、264-275 頁、査読無

カライスコス アントニオス、(翻訳)ヨーロッパ契約法 - ヨーロッパ共通売買法 (CESL) への道、それを超えて、川角由和 = 中田邦博 = 潮見佳男 = 松岡久和編『ヨーロッパ私法の展望と日本民法典の現代化』(日本評論社) 2016 年、29-64 頁、査読無

Antonios KARAIKOS, Mobile Telecommunications and Consumer Protection in Japan: Evaluating the Validity of Cancellation Fee Clauses, Kansai University Review of Law and Politics, no. 37, 2016, p. 1-27, 査読無

カライスコス アントニオス、ヨーロッパの広告規制 ギリシャ(1)、REPORT JARO、494 号、2016 年、18-20 頁、査読無

カライスコス アントニオス、アイルランドの Do-Not-Call 制度、ウェブ版国民生活、44 号、2016 年、18-19 頁、査読無

カライスコス アントニオス、ベルギー、オランダの Do-Not-Call 制度、ウェブ版国民生活、43 号、2016 年、16-18 頁、査読無

カライスコス アントニオス、ノルウェー、デンマークの Do-Not-Call 制度、ウェブ版国民生活、42 号、2016 年、16-18 頁、査読無

カライスコス アントニオス、消費者法の今後の発展の行方 イギリスの 2015 年消費者権利法の制定を契機として、消費者法ニュース、106 号、2016 年、216-218 頁、査読無

カライスコス アントニオス、(翻訳)ユルゲン・バーゼドー「イギリスの EU 離脱 (Brexit) と私法・経済法」、法学セミナー、743 号、2016 年、6-9 頁、査読無

カライスコス アントニオス、イギリスの 2015 年消費者権利法 - デジタル・コンテンツ関連部分の概説と翻訳、消費者法研究、1 号、2016 年、107-123 頁、査読無

カライスコス アントニオス、ギリシャにおける広告規制、現代消費者法、32 号、2016 年、7-81 頁、査読無

カライスコス アントニオス、ヨーロッパの広告規制 ギリシャ(2)、REPORT JARO、495 号、2016 年、18-19 頁、査読無

カライスコス アントニオス、ルクセンブルクにおける訪問販売の規制 訪問勧誘お断りステッカーを中心に、中田邦博 = 鹿野菜穂子編『消費者法の現代化と集団的権利保護』(日本評論社) 2016 年、351-357 頁、査読無

カライスコス アントニオス、フランスの新たな Do-Not-Call 制度が始動、ウェブ版国民生活、48 号、2016 年、19 頁、査読無

カライスコス アントニオス、ルクセンブルクの Do-Not-Knock 制度、ウェブ版国民生活、47 号、2016 年、18-19 頁、査読無

カライスコス アントニオス、仕組債の勧誘・販売における適合性の原則違反・説明義務違反(消極)(広島高判平成 23・11・25)、金融・商事判例、1511 号、2017 年、85-87 頁、査読無

カライスコス アントニオス、後見開始決定取消しの審判から 2 ヶ月経過していない女性高齢者に対する投資信託や EB 債等の勧誘・販売に関する、適合性原則違反、説明義務違反等による不法行為の成立(積極)(大阪高判平成 25・2・22)、金融・商事判例、1511 号、2017 年、76-79 頁、査読無

カライスコス アントニオス、ヨーロッパの広告規制^②ルクセンブルク(1)、REPORT JARO、506 号、2017 年、18-19 頁、査読無

^① Antonios KARAIKOS, Regulation of Unrequested Solicitation in Japan: The Way Toward a Do-Not-Call and Do-Not-Knock System?, Kansai University Review of Law and Politics, no. 38, 2017, p. 21-48, 査読無

^② カライスコス アントニオス、ドイツにおける不招請勧誘規制の在り方 判例および

実務上の対応を中心に -、消費者法ニュース、110号、2017年、202-206頁、査読無

②③中田邦博 = カライスコス アントニオス、(翻訳)2005年5月11日の域内市場における事業者の消費者に対する不公正取引方法に関する欧州議会及び理事会指令(2005/29/EC)、社会科学研究年報、47号、2017年、195-206頁、査読無

②④カライスコス アントニオス、(翻訳)ルス・M.マルティネス・ヴェレンソ「ヨーロッパの広告規制②⑤スペイン(1)」、REPORT JARO、517号、2018年、17-18頁、査読無

②⑤カライスコス アントニオス、(翻訳)ルス・M.マルティネス・ヴェレンソ「ヨーロッパの広告規制②⑥スペイン(2)」、REPORT JARO、518号、2018年、18-19頁、査読無

②⑥カライスコス アントニオス、(翻訳)ルス・M.マルティネス・ヴェレンソ「ヨーロッパの広告規制②⑦スペイン(3)」、REPORT JARO、519号、2018年、18-19頁、査読無

②⑦カライスコス アントニオス、ヨーロッパの広告規制②⑧ルクセンブルク(2)、REPORT JARO、507号、2018年、17-18頁、査読無

②⑧葉袋真司 = カライスコス アントニオス、クロアチア消費者保護法と Do-Not-Call 制度、消費者法ニュース、111号、2017年、43-44頁、査読無

②⑨カライスコス アントニオス = 横藪達広 = 森貞涼介、ニュージーランドにおける不当条項規制、消費者法ニュース、111号、2017年、209-214頁、査読無

③⑩カライスコス アントニオス、ヨーロッパの広告規制②⑨ベルギー(2)、REPORT JARO、509号、2017年、18-19頁、査読無

③⑪葉袋真司 = カライスコス アントニオス、カナダにおける訪問勧誘の規制(上) - オンタリオ州とケベック州の規制を中心に -、消費者法ニュース、112号、2017年、149-151頁、査読無

③⑫カライスコス アントニオス、ヨーロッパの広告規制③⑩アイルランド(1)、REPORT JARO、512号、2017年、18-19頁、査読無

③⑬葉袋真司 = カライスコス アントニオス、カナダにおける訪問勧誘の規制(下) - オンタリオ州とケベック州の規制を中心に -、消費者法ニュース、113号、2017年、79-82頁、査読無

③⑭カライスコス アントニオス、ヨーロッパ

の広告規制③⑪アイルランド(2)、REPORT JARO、513号、2017年、18-19頁、査読無

③⑮カライスコス アントニオス、フランスの電話勧誘拒否登録制度 実施状況の評価を中心に -、消費者法ニュース、114号、2018年、85-89頁、査読無

③⑯カライスコス アントニオス、「消費者市民」概念に関する一考察、欧州私法研究班『欧州私法の新たなる潮流』(関西大学法学研究所) 2018年、25-55頁、査読無

〔学会発表〕(計4件)

中田邦博 = カライスコス アントニオス、不公正取引方法指令の翻訳について、ヨーロッパ消費者法研究会、2017年

カライスコス アントニオス、消費者市民概念について、ヨーロッパ消費者研究会、2017年

カライスコス アントニオス、ヨーロッパ私法における任意法と強行法、「強行法と任意法」研究会、2018年

カライスコス アントニオス、ヨーロッパ私法における強行法規制と契約自由原則、ヨーロッパ消費者法研究会、2018年

〔その他〕

特になし。

6. 研究組織

(1) 研究代表者

カライスコス アントニオス (KARAIKOS, Antonios)
京都大学・大学院法学研究科・准教授
研究者番号：60453982

(2) 研究分担者

()

研究者番号：

(3) 連携研究者

()

研究者番号：

(4) 研究協力者

()