

令和 6 年 6 月 13 日現在

機関番号：34316

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2021～2023

課題番号：21K01269

研究課題名（和文）サーキュラー・エコノミーにおける消費者法の在り方

研究課題名（英文）Consumer Law in the Circular Economy

研究代表者

カライスコス アントニオス（Karaiskos, Antonios）

龍谷大学・法学部・教授

研究者番号：60453982

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,200,000円

研究成果の概要（和文）：サーキュラー・エコノミーの前提として、健全な広告市場、事業者による取引方法に対する望ましい規制を実現するためには、包括的な法的枠組みが必要となる。そして、そのような枠組みを含む消費者法全体が、デジタル化に合わせて適切に変容することが求められる。中でも、いわゆる「デジタル脆弱性」への対応が欠かせない。同時に、サーキュラー・エコノミーの発展にはオンライン・プラットフォームの役割が重要となるため、その適切な規律が必須となる。また、デジタル化社会の「燃料」としての個人データの機能を念頭に置いた規制手法が形成されるべきである。他にも、広告規制、消費者市民社会・消費者教育の再構築のもつ意義が大きい。

研究成果の学術的意義や社会的意義

サーキュラー・エコノミーの実現には社会的行動ルールとしての法制度も不可欠となる。中でも消費生活の基底的ルールである消費者法が重要な役割を果たす。EUでは主導的な議論が展開されているが、日本での検討は緒に就いたばかりであり、日本的な視点からの寄与が必要となる。本研究の成果は、特にこの点において、学術的・社会的意義を有する。本研究における成果は、消費者法がどのような役割を果たすことができるのかについて、様々な視点や角度から示唆を提示する。そして、現在の消費者法でどのような支援ができるか、さらに、現行法上の限界がみられる場合の解決に向けての方策について、本研究の成果がひとつの指針として機能しうる。

研究成果の概要（英文）：As a prerequisite for the circular economy, a comprehensive legal framework is necessary to realize a healthy advertising market and desirable regulations on the commercial practices of businesses. Moreover, the entire consumer law, including such a framework, needs to be appropriately transformed in line with digitalization. In particular, it is essential to address so-called "digital vulnerability". At the same time, the role of online platforms is important in the development of the circular economy, so an appropriate regulatory framework for them is essential. In addition, a regulatory approach should be formed that takes into account the function of personal data as the "fuel" of our digitalized society. Further, the restructuring of advertising regulations, consumer citizen society, and consumer education is also of great significance.

研究分野：民法、消費者法

キーワード：サーキュラー・エコノミー 消費者法 広告規制 不正取引方法 オンライン・プラットフォーム  
個人データ 持続可能性 脆弱な消費者

## 1. 研究開始当初の背景

(1) サーキュラー・エコノミー(循環型経済)とは、単に消費を、資源から生産された製品を使用後に直ちに破棄するという直線として捉えるのではなく、一定の利用が行われた製品をそのまま、あるいはその姿を変えて再利用するという円形状に循環する経済の仕組みのことである。欧米諸国を中心に持続可能な社会という目標を掲げて様々な企業がこれに関する取り組みを採用しているが、日本でも取り組む企業が増えており、社会の在り方の根幹的部分にこうした発想が及び始めている。そして、このことは、私たちの社会が大きく変化する兆候を示している。

(2) サーキュラー・エコノミーの実現は、国際社会における大きな目的として掲げられている。本研究の開始当初、このような流れを加速させたのは、2015年の国際連合サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」であり、そこには2030年までに持続可能でより良い世界を目指す国際目標(SDGs)が記載されている。EU(欧州連合)に目を向けると、SDGsの実現に向けた行動の一環として、新たなサーキュラー・エコノミー・アクション・プランが2020年に既に採択されていた。それは、より美しく、より競争力のあるEUを目指すことを目標としている。そして、このような諸外国における流れは、日本の政府レベルおよび企業レベルでの行動をなお促進している。

(3) 本研究開始当初および現在においては、経済や取引における新たな進展を受けて、民法法の領域でも法の現代化が必要とされている。民法改正はその1つの例であり、それに関連して成年年齢の改正(引下げ)や消費者契約法の改正なども行われた。その際には、消費者法のあるべき姿についての議論もされた。消費者法の見直しに関する作業は、その後も継続されている。たとえば、消費者取引のデジタル化への対応として、デジタル・プラットフォーム(GAMAM等に代表される、様々な利用者がオンラインで取引を行うことのできる多面市場)の規制も法の現代化現象の一環として捉えることができる。この問題については、本研究開始当初においては消費者委員会のオンラインプラットフォーム取引に関する専門調査会の報告書が提出されており、それを受けた消費者庁での「消費者のデジタル化への対応に関する検討会」や「デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会」が検討を行っていた(その後、このような作業が新たな立法へとつながった)。日本消費者法学会も、こうした動きを受けてデジタル・プラットフォームをテーマにした大会を2020年度に行った。

さらに、本研究の対象となるサーキュラー・エコノミーについては、経済産業省「循環経済ビジョン2020」の取りまとめや、サーキュラー・エコノミーを構成する主要な要素の1つである持続可能な開発目標(SDGs)に関連する政府レベルでの取り組みからも示されているように、既に本研究の開始当初において重要な課題として取り扱われていた。サーキュラー・エコノミーを主体的に支える役割を担うのは消費者である。しかし、その役割を明確に位置付ける法学的な検討は、なお決して十分ではない。この領域に関しては、サーキュラー・エコノミーの種類の1つであるシェアリング・エコノミー(共有経済:共有の社会関係によって統御される経済であり、民泊や個人間での車等のモノの貸し借りの仲介サービスに代表される)を対象とした研究や議論があるが、それらの作業は消費者保護に比重を置いているように思われる(たとえば、消費者庁『平成29年消費者白書』のシェアリング・エコノミー型サービスに関する節を参照)。

(4) 本研究開始当初、国内では、前述したように、サーキュラー・エコノミーの特定の側面に焦点を当てる研究が目立っていた。その代表例は、特集「デジタルプラットフォームと消費者の保護」(現代消費者法48号(2020年))、特集「プラットフォーム規制の現在地」(ジュリスト1545号(2020年))、研究代表者はいずれにも寄稿している)やウェブ版『国民生活』66号(2018年)の特集「シェアリングエコノミーと消費生活」などである。

ヨーロッパでみられた先行的な研究としては、B. Keirsbilck and E. Terry (eds.), *Consumer Protection in a Circular Economy*, Intersentia, 2019がある。同書は、サーキュラー・エコノミーの台頭が、EUレベルおよび加盟国レベルにおける消費者保護法にどのような課題を生じさせているのかを多角的に分析するものである。より各論的な研究としては、V. Xatzopoulos, *The Collaborative Economy and EU Law*, Hart Publishing, 2018およびD. McKee, F. Makela and Teresa Scassa (eds.), *Law and the "Sharing Economy: Regulating Online Market Platforms"*, University of Ottawa Press, 2018がある。

## 2. 研究の目的

(1) 本研究の目的は、サーキュラー・エコノミーを実現するために消費者法が担うべき役割を明らかにすることにある。サーキュラー・エコノミーを安定的に実現していくためにはそれを支える社会的行動ルールとしての法制度の整備が不可欠となる。とりわけ消費生活の基底的ル

ルである消費者法が重要な役割を果たすことが求められることになる。EUを始めとする諸外国では主導的な議論が展開されているが、日本での検討は緒に就いたばかりであり、この分野における日本的な視点からの寄与が必要とされている。

本研究は、経済的な展開を持続可能なものとするサーキュラー・エコノミーという発想を正面に据えて、それをいかにして実現するかという観点から消費者法が担うべき課題を析出し、その解決に向けての具体的な展開可能性を検討するものである。より具体的には、本研究では、サーキュラー・エコノミーの実現のために消費者法がどのような役割を果たすことができるのかを中心として、まずは現在の消費者法においてどのような支援ができるかを検討し、そこに現行法上の限界がみられる場合には、その解決に向けての方策を探ることを目的としている。

(2) サーキュラー・エコノミーは消費の在り方を中心的な要素としており、「消費者」が主役的な役割を果たすことが求められている。そのため、たとえばEUでは、既に本研究の開始当初から国際的な研究プロジェクトがみられ、サーキュラー・エコノミーが消費者法のルールにどのような影響を及ぼすのかといった検討も行われてきている。これに対し、日本では、サーキュラー・エコノミーの特定の側面を捉えた各論的な研究作業はみられるが、いわばこれらを統合する視点を持つ包括的な研究はいまだみられない。消費者法のルールとサーキュラー・エコノミーという現象を全体として捉えて検討する研究が必要とされているといえる。そのような中、本研究は、サーキュラー・エコノミーの実現に資する消費者法の形成への寄与も視野に収めるものである。

### 3. 研究の方法

前述したように、本研究の目的は、サーキュラー・エコノミーの実現のための消費者法の役割を明らかにすることであり、消費者法は、消費者の適切な消費行動を支援するものとなる必要がある。このことに関する課題とそこにおいて明らかにされるべき内容を示すために、本研究では、次のような大きな柱を立てた。

#### (1) サーキュラー・エコノミーの実現に向けた消費者への情報提供

消費者は、環境に優しい消費行動をすることなどで積極的に貢献することが求められる。しかし、そのような消費行動を可能とするためには、消費者がこれに沿った選択（たとえば、「エシカル消費（倫理的消費）」に即した選択）ができることが前提となる。そのためには、各種取引において取引内容やその前提の情報が提供されることが必要となり、この意味での「透明性」が求められる。より具体的には、事業者による情報提供の仕方やラベル表示等における工夫が必要となるのである。本研究では、取引内容や製品の主たる特性に焦点を当てた従来の情報提供義務やラベル表示が、サーキュラー・エコノミーのニーズの中でどのような変化を遂げることになるのかを考察した。

#### (2) 消費者情報の過度の収集と不当な利用からの消費者の保護

今日では、インターネット利用の普及、AI等の発達やGPSによる位置情報の活用等により、個人の所有物、能力や消費行動に関する情報を随時入手し、共有することが可能である。そして、そのような情報は、ターゲティング広告やパーソナライズド・プライシング（個別の価格設定）といった形で用いられることが多い。しかし、個々の消費者に関するデータの活用は、消費者の消費行動を歪め、過剰な消費行動を促し、サーキュラー・エコノミーに沿った消費行動を阻害することが多い。本研究では、消費者のデータ収集の適切なあり方、および消費者データを用いたマーケティング方法の規律について、サーキュラー・エコノミーを視野に入れつつ検討した。

#### (3) 消費者の契約上の諸権利と消費者の救済

サーキュラー・エコノミーの実現に伴い、消費者の契約上の権利の在り方が問われることになる。たとえば、製品が契約に適合するかどうかの判断や、商品に対する誤認惹起があったかどうかの判断に際しては、商品がサーキュラー・エコノミーの要求に沿ったものであるのか、また、これについて事業者等が行った説明内容等が、従来よりも広く考慮されることが求められる。さらに、消費者の様々な救済手段のうち、修理請求に優先的な位置づけが与えられることが一層必要となる。本研究では、消費者が契約上有する従来の権利が、サーキュラー・エコノミーの中でどのような変化を遂げることになるのか、換言すれば、今後、権利付与を通じた消費者のエンパワメントとしてどのような形が望ましいのかを分析した。その際、消費者契約の不当条項の適正化や、消費者の権利の実効化策についても検討した。

#### (4) 「サービスとしての製品」との関係における消費者の保護

サーキュラー・エコノミーでは、製品の位置づけが、従来のものから、「サービスとしての製品」へと益々移行する。すなわち、製品の売却を中心とする従来の取引形態から、製品の利用時間に応じて課金するような取引形態へとシフトするということである。このような取引形態の増加は、消費者保護の観点からの法的課題を生じさせるものである。本研究では、そのような課

題について、既存の法体系でどのような対応が可能となるのか、および、どのような新たなルールが求められるのかについて考察した。

#### (5) サーキュラー・エコノミーの実現に向けた事業者に対する規制

サーキュラー・エコノミーを実現するためには、事業者の積極的な関与や取組みが欠かせない。たとえば、事業者は、サーキュラー・エコノミーに即した製品を生産し供給することが求められる。他方で、たとえば携帯電話の短期間での機種変更を消費者に強いるような制度設計や、計画的陳腐化(製品の寿命を人為的に短縮することで、消費者の購入意欲が増すようにする手法)は、サーキュラー・エコノミーの方向性とは逆行するものである。EUに目を向けると、たとえばフランスでは、消費法典に、計画的陳腐化を禁止し、違反した事業者に罰則を科す規定が設けられている。本研究では、サーキュラー・エコノミーの実現に向けて消費者と同様に重要な役割を担うことになる事業者との関係でどのような規律が必要となるのかを分析した。

EUでは、これらの事項に関する議論が蓄積、展開されてきていることを踏まえ、前記の各事項を分析し、日本での方向性を検討するために、EUでの議論や立法を考察し、それらとの比較法的な考察を行った。

## 4. 研究成果

本研究の成果の詳細については、研究成果一覧を、これらの研究成果の背景にある研究方針等については、前述の内容をご参照願いたい。

研究成果の主な内容は、次の通りである。

(1) 健全な広告市場、ひいては事業者による取引方法に対する望ましい規制を実現するための包括的な法的枠組みについて、EU法およびドイツ法を比較法の対象として分析した。EU法では、不公正取引方法指令が担う役割が大きいことから、この指令に関する分析を継続しつつ、デジタル・サービス法(DSA)やデジタル市場法(DMA)等の新たな立法等が及ぶ影響についても研究対象とした。

(2) 一層進むデジタル化に対応するためにEU法でとられている手段等についても、掘り下げて検討した。デジタル化の中で消費者法がどのように変容し、どのような消費者法の在り方が望ましいのかについて、比較法的な視点からの論文を執筆し、報告を行った。

(3) オンライン・プラットフォームに関する立法上および理論上の展開が著しいEU法を対象として、関連する判例法やルール形成を研究した。その役割や責任について分析して論文や発表で成果を公表するとともに、日本における体系について論文や発表を通じて海外に向けても発信した。

(4) 消費者情報(個人データ)の過度の収集と不当な利用からの消費者の保護について検討した。さらに、従来、個人データの保護は主にプライバシーの観点を中心とするものであった。しかし、デジタル取引では、個人データは対価的な位置づけを有し、また、事業者の行う取引方法において活用され、循環型経済の実現における重要な要素となっている。このように、消費者取引における個人データの対価的位置づけやその規制は、サーキュラー・エコノミーにおいて中心的な課題となる。これについても研究し、報告を行った。

(5) 若年者および高齢者という2つのいわゆる「脆弱な消費者」群に対する保護と教育の在り方について、実務的および比較法的な視点も交えて考察し、成果を公表した。

(6) 消費者の消費行動に決定的な影響を与える広告について、その在り方に関する検討を行い、その成果を発表した。

(7) 消費者に誤認を生じさせてその消費行動を歪める可能性の高い手法であるステルス・マーケティングについて、これが持続可能な消費の実現、ひいては、サーキュラー・エコノミーに及ぼす影響も念頭に置きつつ、分析した。

(8) 不招請勧誘のための手法として用いられることの多い電話勧誘やより広く広告全般を、事前かつ包括的に拒否することを可能とする諸外国における制度を取り扱う論文等を公表した。

(9) 日本法における消費者市民社会や消費者教育の位置づけが、サーキュラー・エコノミーの

実現に向けて世界的にひとつのモデルとして機能しうると考え、関連する分析を行い、成果を発表した。

## 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計43件（うち査読付論文 1件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 4件）

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 2550
2. 論文標題 「製造業者による保証内容についてオンライン・プラットフォームの出店者が負う情報提供義務」〔海外判例研究〕	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 判例時報	6. 最初と最後の頁 108-109
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 581
2. 論文標題 「アジアの広告規制42 総括(1): アジア編」	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 582
2. 論文標題 「アジアの広告規制43 総括(2): 世界へ」	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 1587
2. 論文標題 「EU法からみた日本景品表示法の特徴と課題」	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 ジュリスト	6. 最初と最後の頁 68-73
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 63巻1号
2. 論文標題 「諸外国におけるステルス・マーケティング規制の実効性確保」	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 国民生活研究	6. 最初と最後の頁 1-22
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 53
2. 論文標題 「EU新消費者アジェンダの意義」	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 龍谷大学社会科学研究所年報	6. 最初と最後の頁 99-107
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 505
2. 論文標題 「海外にみるステルスマーケティング広告規制と日本法の課題」	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 消費者情報	6. 最初と最後の頁 6-7
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 52
2. 論文標題 「EUを中心とした不公正な取引方法の規制」	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 先物・証券取引被害研究	6. 最初と最後の頁 18-35
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 15
2. 論文標題 「EU消費者法・イギリス消費者法の展開と現状」	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 消費者法研究	6. 最初と最後の頁 11-21
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 2568
2. 論文標題 「『絵文字〇』という絵文字の使用が契約の承諾および署名に該当する場合」〔海外判例研究〕	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 判例時報	6. 最初と最後の頁 118-119
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 7-1
2. 論文標題 「EU消費者法にみる個人データの対価としての位置づけ」	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 情報通信政策研究	6. 最初と最後の頁 91-111
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 56-4
2. 論文標題 「EUにおける環境主張の規制—不公正取引方法と2つの新たな指令提案を中心に」	5. 発行年 2024年
3. 雑誌名 龍谷法学	6. 最初と最後の頁 117-150
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -



1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 62
2. 論文標題 「EU法から考えるプラットフォーム事業者の責任」	5. 発行年 2024年
3. 雑誌名 現代消費者法	6. 最初と最後の頁 77-83
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 中田邦博 = カライスコス アントニオス	4. 巻 -
2. 論文標題 「EU消費者法の現代化」	5. 発行年 2024年
3. 雑誌名 中田邦博 = 鹿野菜穂子編 『デジタル時代における消費者法の現代化』	6. 最初と最後の頁 161-168
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 クリスチャン・トゥイグ = フレスナー (カライスコス アントニオス訳)	4. 巻 -
2. 論文標題 「講演 デジタル化と法-EUにおける最新の動向」	5. 発行年 2024年
3. 雑誌名 中田邦博 = 鹿野菜穂子編 『デジタル時代における消費者法の現代化』	6. 最初と最後の頁 217-231
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 なし
2. 論文標題 「EUにおけるステルス・マーケティングの規制」	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 沖野眞己ほか編 『これからの民法・消費者法( ) [河上正二先生古希記念]』	6. 最初と最後の頁 199-218頁
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 中田邦博 = カライスコス アントニオス	4. 巻 57号
2. 論文標題 「EU消費者法の現代化－消費者の権利の実効性確保に向けて－」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 現代消費者法	6. 最初と最後の頁 14-23頁
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 56号
2. 論文標題 「不公正取引方法について分野横断的に適用されるルール形成の可能性」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 現代消費者法	6. 最初と最後の頁 72-78頁
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 Antonios Karaiskos	4. 巻 なし
2. 論文標題 "Financial instruments: Transactions and consumer protection in Japan"	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 Joseph Lee and Aline Darbellay (eds.), Data Governance in AI, Fintech and Legaltech	6. 最初と最後の頁 pp. 125-144
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 55号
2. 論文標題 「不公正な取引方法の包括的な規制に向けて－感謝の気持ちを込めて－」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 現代消費者法	6. 最初と最後の頁 54-56頁
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 中田邦博 = カライスコス アントニオス = 古谷貴之	4. 巻 52号
2. 論文標題 「2021年ドイツ不正競争防止法改正の意義と条文訳」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 龍谷大学社会科学研究年報	6. 最初と最後の頁 231-261頁
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 2512号
2. 論文標題 「消費者がローン契約における不公正な条項に基づいて支払った金額の返還請求権に対する期間制限の妥当性」〔海外判例紹介〕	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 判例時報	6. 最初と最後の頁 126-127頁
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 569号
2. 論文標題 「アジアの広告規制29 フィリピン(1)」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19頁
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 570号
2. 論文標題 「アジアの広告規制30 フィリピン(2)」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19頁
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 575
2. 論文標題 「アジアの広告規制35 パキスタン(1)」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19頁
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 576
2. 論文標題 「アジアの広告規制36 パキスタン(2)」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19頁
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 565
2. 論文標題 「アジアの広告規制26 インド(2)」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 564
2. 論文標題 「アジアの広告規制25 インド(1)」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 557
2. 論文標題 「アジアの広告規制 シンガポール(2)」	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 556
2. 論文標題 「アジアの広告規制 シンガポール(1)」	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 555
2. 論文標題 「アジアの広告規制 ニュージーランド(2)」	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 130
2. 論文標題 「EUにおけるデジタル・プラットフォームの規律」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 消費者法ニュース	6. 最初と最後の頁 110-112
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 10
2. 論文標題 「オンライン・プラットフォーム事業者のビジネス・モデルの画定と民事責任」	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 消費者法研究	6. 最初と最後の頁 86-108
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 10
2. 論文標題 「デジタル・サービス法パッケージの概要」	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 消費者法研究	6. 最初と最後の頁 109-137
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 2494
2. 論文標題 「オンライン・プラットフォーム上での違法なコンテンツ (著作権法違反) に関するプラットフォーム事業者の責任」 [海外判例紹介]	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 判例時報	6. 最初と最後の頁 110-111
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 13
2. 論文標題 「デジタルプラットフォーム取引に関するルールの比較法的考察 - EU法を中心に」	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 消費者法	6. 最初と最後の頁 41-46
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 2476
2. 論文標題 「タクシー利用者とタクシー運転手をつなぐスマートフォン・アプリは、情報社会サービスの域を超えた運輸サービスを提供するものであるとはいえない」〔海外判例紹介〕	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 判例時報	6. 最初と最後の頁 156-157
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 葉袋真司 = カライスコス アントニオス	4. 巻 130
2. 論文標題 「セルビアにおける消費者保護 - 新消費者保護法でDo-Not-Call制度を導入 - 」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 消費者法ニュース	6. 最初と最後の頁 130-132
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 葉袋真司 = カライスコス アントニオス	4. 巻 129
2. 論文標題 「イスラエルにおける消費者保護 - Do-Not-Call制度の導入を決定 - 」	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 消費者法ニュース	6. 最初と最後の頁 162-164
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 127
2. 論文標題 「不公正取引方法の包括的な規制 - EUにおける規律をモデルとして - 」	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 消費者法ニュース	6. 最初と最後の頁 156-158
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 中田邦博 = カライスコス アントニオス = 古谷貴之	4. 巻 51
2. 論文標題 「ドイツ不正競争防止法の意義と条文訳(2020年改正版)」	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 社会科学研究年報	6. 最初と最後の頁 185-194
掲載論文のDOI(デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 カライスコス アントニオス	4. 巻 129
2. 論文標題 「コロナ禍における消費者教育と『アジア・モデル』の可能性ー法学者の視点からー」	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 消費者法ニュース	6. 最初と最後の頁 42-44
掲載論文のDOI(デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 ユリアティ(カライスコス アントニオス訳)	4. 巻 565
2. 論文標題 「アジアの広告規制27 インドネシア(1)」	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 REPORT JARO	6. 最初と最後の頁 18-19
掲載論文のDOI(デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計43件(うち招待講演 42件/うち国際学会 8件)

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「各国の個人データの利用に関する消費者保護政策とそれらが競争政策に与える影響」
3. 学会等名 公正取引委員会競争政策研究センターの設立20周年記念シンポジウム(招待講演)
4. 発表年 2023年



1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「EU消費者法・イギリス消費者法」
3. 学会等名 比較法学会のミニ・シンポジウムA
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「デジタル化に伴う消費者問題に対するEU法での規律」
3. 学会等名 消費者委員会「デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループ」(招待講演)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Sustainability and Consumer Law in EU and Japan"
3. 学会等名 3rd UiTM International Conference on Law and Society 2023 organized by Universiti Teknologi Mara (Malaysia) (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「EUにおけるオンライン・プラットフォームの責任」
3. 学会等名 東京弁護士会の夏季合同研究会(招待講演)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "The Influence of Sociological School in our Society Today"
3. 学会等名 Universiti Teknologi Mara (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「EUにおける環境訴求の規制—不公正取引方法指令による規制と新たな指令提案を中心に—」
3. 学会等名 気候ネットワーク 主催のウェビナー (招待講演)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Online Platform Regulation in Japan: EU Law Influences and the Way Ahead"
3. 学会等名 University of Malaya (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Sustainable consumption in law and practice: from Japan to ASEAN"
3. 学会等名 Summer school organized by Suor Orsola Benincasa University (Naples, Italy) and co-funded by the European Union (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「ステルスマーケティングをめぐる表示規制」
3. 学会等名 現代法研究会（招待講演）
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「消費者保護に係る法制度の潮流および未来像」
3. 学会等名 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（招待講演）
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「事業者概念と消費者概念の境界」
3. 学会等名 日本弁護士連合会「消費者－事業者二分法制の克服と新しい消費者概念に関する勉強会」（招待講演）
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「デジタル時代における日本の消費者保護の現状」
3. 学会等名 とくしま国際消費者フォーラム2023（招待講演）
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「ステルスマーケティング規制について」
3. 学会等名 株式会社ヘルスメディア主催の「健康食品 表示規制研究会セミナー」（招待講演）
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「EU消費者法の展開と展望」
3. 学会等名 公明党消費者問題対策本部（招待講演）
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「ネット取引における消費者法の意義と課題～消費者の脆弱性をめぐって～」
3. 学会等名 公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）西日本支部の第45回消費者問題懇話会（招待講演）
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「EUにおける消費者法」
3. 学会等名 自由民主党の消費者問題調査会（招待講演）
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Sustainability and Consumer (Education) Law in Japan"
3. 学会等名 Asian Law and Society Association (Sunway University) (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「景品表示法によるステマ規制の意義とその実効性の確保に必要なこと」
3. 学会等名 2023年度消費者ネット関西 オンライン消費者法ゼミ (第3回) (招待講演)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Stealth Marketing"
3. 学会等名 International Seminar Series "New Challenges for Consumer Protection", University of Minho (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2024年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Challenges and Trends of Consumer Protection in the Digital Economy: The Experience from Japan and European Union"
3. 学会等名 International Consumer Protection Law and Competition Law Conference 2024 Sukhothai Thammathirat Open University (Thailand) (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2024年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Interactive Teaching Method in Legal Studies"
3. 学会等名 Webinar organized by the MARA Technological University (Universiti Teknologi MARA) (招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「諸外国の法規制について」
3. 学会等名 日本司法書士会連合会主催のWebシンポジウム「再考 デジタル化時代の消費者取引の課題 ～不当な勧誘による意思形成について検証する～」(招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「個人データの対価的位置づけ（EUの状況）」
3. 学会等名 総務省情報通信法学研究会の通信法分科会（招待講演）
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「諸外国のステルスマーケティング規制の現状」
3. 学会等名 日本弁護士連合会主催のシンポジウム「ステルスマーケティング規制を考える」（招待講演）
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 コメント
3. 学会等名 創価大学の法科大学院要件事実教育研究所が主催したオンラインでの「消費者法と要件事実・講演会」(招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「EUを中心とした不公正な取引方法の規制-日本での不招請勧誘禁止制度の導入に向けて」
3. 学会等名 第87回先物取引被害全国研究会(招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「世界の消費者行政ウォッチ活動」
3. 学会等名 全国消費者行政ウォッチねっと13周年記念集会(招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Regulation of Online Platforms in Japan: The Influence of the European Model"
3. 学会等名 Online conference "Digital platforms: rethinking regulatory strategies" co-organized by the Journal of Law, Market & Innovation(招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Doing research in consumer protection: concept, theory and methodology"
3. 学会等名 Malaya University, LQX7001 & LQX7003 "Research Methodology", Guest lecture (招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「EUにおけるオンライン・プラットフォームの規律」
3. 学会等名 2022年度 近畿弁護士会連合会消費者保護委員会 夏期研修会 (招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「EUにおけるオンライン・プラットフォームの規律」
3. 学会等名 2022年近畿弁護士会連合会夏期研修勉強会 (招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「不公正取引方法の規制に向けて—EUにおける法制を材料として」
3. 学会等名 京都先物・証券取引被害研究会勉強会 (招待講演)
4. 発表年 2022年



1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Contract Law in Japan and in the European Union: A Comparative Law Perspective"
3. 学会等名 Lecture at the University of Da Nang, College of Economics (招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Artificial Intelligence and Financial Services in Japan: Focusing on Consumer Protection Issues"
3. 学会等名 Lecture at the School of Law, Vietnam National University, Hanoi (招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Digital Society and Vulnerability of Consumers"
3. 学会等名 Webinar "Protecting Vulnerable Consumers in the Digital Economy" organized by the Faculty of Law, Malaya University (招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Consumption and the COVID-19 Pandemic: From the Perspective of Consumer Law and Education"
3. 学会等名 Vienna and Kyoto University, Joint Seminar (招待講演)
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Protection of Consumers Using Digital Platforms"
3. 学会等名 Joint Research Project with Osnabruck University (招待講演)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「日本における比較法学と法教育」(ギリシャ語での報告)
3. 学会等名 アテネ大学大学院法学研究科「比較法学」における招へい講演(招待講演)
4. 発表年 2023年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「デジタル時代におけるEU消費者法の動向」
3. 学会等名 ヨーロッパ消費者法研究会(招待講演)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「持続可能な未来を描こう～SDGsがめざす社会～」
3. 学会等名 全国消費生活相談員協会関西支部(招待講演)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 カライスコス アントニオス
2. 発表標題 「消費者をとりまく『デジタル金融サービス』の現状と課題」
3. 学会等名 全国消費者団体連絡会（招待講演）
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 Antonios Karaiskos
2. 発表標題 "Consumer Education in Japan: Consumer Citizen Society and the Law"
3. 学会等名 international symposium "Practicing Japan - 35 years of Japanese Studies in Poznan and Krakow" (Adam Mickiewicz University, Poznan / Jagiellonian University in Krakow, Poland). (招待講演) (国際学会)
4. 発表年 2021年

〔図書〕 計2件

1. 著者名 谷本圭子 = 坂東俊矢 = カライスコス アントニオス	4. 発行年 2023年
2. 出版社 法律文化社	5. 総ページ数 254
3. 書名 『これからの消費者法－社会と未来をつなぐ消費者教育』	

1. 著者名 宮下修一 = 寺川永 = 松田貴文 = 牧佐智代 = カライスコス アントニオス	4. 発行年 2022年
2. 出版社 有斐閣	5. 総ページ数 318
3. 書名 『消費者法』（ストゥディアシリーズ）	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
--	---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------