

憲法・情報法からの 話題提供

消費者庁第6回消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会

2022年11月22日

東京大学 宮戸 常寿

1 憲法から見た消費者法

- 私的自治の原則とその限界

- 個人の尊重原理（13条前段）の帰結としての私的自治・契約自由の原則
- 私法と民事訴訟による救済、営業の自由とその限界
- 公共の福祉の観念と社会法の生成（労働関係について27条、28条）
- 三菱樹脂事件判決：社会的許容限度を超える侵害に対する、法律による権利義務関係の修正、裁判所による私的自治の一般的制限規定の運用

1 憲法から見た消費者法

- 消費者法
 - 人格的自律の建前の限界：児童・青少年、成年被後見人
 - 対等性の建前の限界：情報の質量、交渉力の格差、リスクマネジメント、訴訟追行の負担
 - 私的自治の個別的場面での修正／前提の回復／原則そのものの修正
 - 消費者基本法：客観法ないし理念としての「消費者の権利」

2 デジタル化の進展

- 情報サービス・情報通信サービスの複雑化と、重要性の高まり
→電気通信事業法における消費者保護規定の強化
- 情報及び機会の増大による限定合理性の問題
→<1事業者-1サービス-1消費者>の前提の変容

2 デジタル化の進展

- ・消費者安全、個人情報保護、ビジネスと人権配慮原則などの規制・要請の複雑化
→事業者にとってもコンプライアンスが容易でない
- ・AI、デジタルプラットフォーム
 - ・私的自治を成り立たせる基盤：アーキテクチャーによる／への介入の必要
 - ・政府による規制の困難性→ガバナンス・イノベーションをめぐる議論

3 消費者概念の多様化・ 消費者法の領分の拡大に関する論点

- 「脆弱な消費者」
 - 類型化に伴う差別・排除の危険
 - 個別化に伴う個人情報・プライバシー保護との緊張関係
 - ネットワーク効果と、消費者の他の消費者に対する責任？

3 消費者概念の多様化・ 消費者法の領分の拡大に関する論点

- 透明性・説明責任規律の確保
 - 規律遵守のインセンティヴ
 - 限定合理性という問題の所在からすれば解にならない？
 - 政府の情報収集・分析及び法執行能力の強化が必要
→共同規制等の手法、事業法・競争法との関係

3 消費者概念の多様化・ 消費者法の領分の拡大に関する論点

- AI規制
 - 何のために何を規制するのか？：技術、AIサービス、自動処理・決定？
 - 規制・責任強化による寡占化→交渉力の格差拡大と規制の困難化のスパイラルのおそれ
 - 「AIの民主化」と「AIによる民主化」：集合的利益実現・権利行使とデジタル化

4 いくつかの可能性

- 理想と現実
 - 理想：紛争解決→予防→消費者の責任ある参加と選択による、健全なエコシステムの形成
 - 現実：消費者団体の弱さ、事業者・消費者両側からの実効的な選択の不在、グローバル事業者とアウトサイダー

4 いくつかの可能性

- 政府の役割と改革
 - 規制者としての政府：スマート化、縦割り排除、目的適合的・比例的な作用統合
 - 支援者としての政府：リテラシー向上を含む消費者（団体）の強化・エンパワメント、事業者（団体）との協働
 - トラストアンカーとしての政府：消費者版「テクノロジーマップ」、メディアとの連携