

# 消費者法の発展的課題

京都大学大学院法学研究科 准教授

西内 康人

2023年1月12日（於：消費者庁）

KYOTO UNIVERSITY

京都大学



# 1 はじめに

- 本報告の背景
  - 本懇談会は消費者法の現状と課題を浮き彫りにするための自由な議論の場ということで、発展的課題とも言えそうな部分について提示することを目的とする。
  - 具体的に、消費者法の変化、社会背景の変化、法学を取り巻く理論の変化の三つの観点から、話題提供を行いたい。

# 1 はじめに

- 本報告の順序
  - 2では、消費者法の変化として、不安につけ込む類型の消費者契約法への追加と、規制の外延をどのように画するかについて、可能性を検討する。
  - 3では、社会背景の変化として、消費者法でも関心を集めているAI・ビッグデータによる個別化法とその課題を示す。
  - 4では、法学を取り巻く理論の変化として、労働者の買手独占の問題と消費者法への影響について分析する。

## 2 消費者法の変化—消費者契約法の外延

- 消費者契約法の変化の概要
  - 内容規制に関する8条以下も変化してきたが、それ以上に変化しているのは契約締結規制に関する4条である。
  - 誤認惹起に関する1項・2項、過量取引に関する4項との比較で、3項は著しく肥大している。

## 2 消費者法の変化—消費者契約法の外延

- 消費者契約法4条3項の内容—分類
  - 基本的には民法上の強迫のように一定の費用をかけるという脅しを通じて、行動を消費者の不利益に誘導する形が中心（強迫型）。
  - ただし、6号のデパート商法のように無駄になることを見越して人間関係形成に費用をかけさせる場面がある（利益抱合せ型）。また、4号の連絡妨害のように詐欺の手段的部分を含むものや、不安をあおって進学や容姿に関する一定の商品・役務を購入させる取引のように取引価値自体の誤解を招きやすい場面も含んでいる（詐欺型）。

## 2 消費者法の変化—消費者契約法の外延

- 消費者契約法4条3項の内容—バイアスとの関係
  - 6号のデイト商法は、婚姻継続への楽観視と同様に楽観主義バイアス等を利用するとともに、いったん手に入れた利益を手放すことへの苦痛を過大に感じてしまう傾向としての損失回避傾向などが影響しているのかもしれない。
  - 5号・7号・8号の不安をあおる取引は、損失回避傾向が表れやすい不安に焦点設定させるとともに、この不安への対処策を提示することで、この対処策を選び取らなかった場合の後悔回避傾向を利用して契約へ誘導しているように思われる。
  - 意思表示をする前に契約内容を実施してしまう9号は、相手方たる事業者に費用をかけて準備させてしまったからこそ自らも契約を履行しないと感ずることになるという良心の呵責を苦痛として利用しているといえ、この良心の呵責は行動経済学が明らかにしてきた公平さを求める心理傾向と一致するところがあるかもしれない。

## 2 消費者法の変化—消費者契約法の外延

- 不安をあおる取引に類似するもの？
  - 家電購入の際の長期保証、ガンなどに対する医療保険は、不安に焦点設定させる取引とは言えないのか。
  - 特に、家電購入の際の長期保証につき一定の対価をとることは、利益率の面で暴利性があるとの指摘があり、かつ、不安に焦点設定させ、不安を解消するための選択肢を提示し、この選択肢を選ばなかった場合の後悔に訴えかける手法という点でバイアスとしては同様のものを用いている可能性がある。

## 2 消費者法の変化—消費者契約法の外延

- 規制される取引とそうでない取引を分かつもの—締結過程
  - 契約締結過程に注目すると、問題となる不安をあおる取引の典型例は詐欺的要素が強いのでは（容姿などの不安がどの程度解消されるのか、事業者側しか知らない可能性が高いのにデータを示していない。他方、家電の故障率・医療保険の背景となる罹患率・高額医療費補助は公的データに近い。また、保険は募集につき業法規制がある）。
  - ただ、そうだとし、現状問題がないとされている取引でも、情報提供をする必要はないか（家電の故障率なども伝えるべきではないのか）。



## 2 消費者法の変化—消費者契約法の外延

- 規制される取引とそうでないものを分かつもの—内容
  - 問題となる不安をあおる取引の典型例では、不要だと思った際に社会的に価値が残らない可能性があり、かつ、取引額も大きい点で生活への影響が大きい。これに対し、家電の長期保証や医療保険では、一定の保険的機能があり、かつ、額は小さい点で生活への影響は小さい。
  - ただし、保険的機能については、逆進的に働いている可能性はある（多くの貯蓄や所得がある人ほど、こういった取引に魅力を感じない）。また、額の小ささは程度問題である（たとえば、携帯料金）。

## 2 消費者法の変化—消費者契約法の外延

- 以上の分析が正しいとして・・・
  - 締結過程の規制について、詐欺型の延長である4条1項・2項と、強迫型の延長である3項が分けられているが、不安をあおる取引の外延の不明確さに照らして、組み合わせ型がありうることを正面から考慮するべきではないか。
  - 締結過程の規制については、原則として内容は影響しないことになっているはずだが、不安をあおる取引の外延の不明確さに照らして、内容の正しさを正面から考慮するべきではないか。

### 3 社会背景の変化—AI・ビッグデータ

- 消費者法の個別化の提案（Omri Ben-Shahar & Ariel Porat, Personalized Law (2021)）
  - 消費者を保護する手段としては、強行法規が有効な手段の一つだが、規制者の側に個別消費者の十分な情報が手に入らないこと、あるいは、手に入ってもコストが高すぎることから、規制に不適合な消費者がいても一律の規制を課さざるを得ないという問題がある。
  - この問題が、AI・ビッグデータの利用により解決される可能性がある。ひいては、個別消費者の状況に合わせた強行法規を作れる可能性がある。

# 3 社会背景の変化—AI・ビッグデータ

- 消費者法個別化への課題—平等
  - 一見して平等に反する可能性がある。しかし、平等が意味することは、すべての人に一律の規制を課すことではなく、等しき者を等しく扱うということである以上、個々の消費者の特性に照らして扱いを変えることは平等原則とむしろ適合するのでは。
  - そうであるとしても、憲法上の疑わしき類型などに対しては、実質的平等達成のためにアルゴリズムを通じた修正をかける可能性が留保されうる。

# 3 社会背景の変化—AI・ビッグデータ

## • 消費者法個別化への課題—調整問題

- 消費者ごとに異なるルールに服するとすれば、事業者のリスクや費用の計算に影響が出てくる可能性がある。ただ、逆に、異なるリスクごとに異なるルールを適用して、費用を平準化する可能性もある。
- 消費者ごとに異なるルールに服するとすれば、事業者や消費者にとって他社の行動からルールを推断することができなくなり、自分に適用される法を知るコストが上がる可能性がある。このコストは、情報技術の進展により、低減できるかもしれない。
- むしろ、消費者ごとに異なるルールに服するとすれば、たとえば、認知症患者が場面によって取引に参加できるようになり、社会参加が促されるというメリットもある。

### 3 社会背景の変化—AI・ビッグデータ

- 消費者法個別化への課題—戦略的操作
  - 消費者法上有利な扱いを受けるために、自分の能力を向上させない方向でインセンティブが働いてしまう可能性がある。また、自分の不利な情報を隠したり、裁定取引が生じたりする可能性がある。
  - 以上の問題に対しては、能力向上に悪影響を与えない形でパラメータを設定したり、ある場面では消費者の不利に働くパラメータを別の場面では有利に用いる可能性を開くことでデータ隠しに対応したり、裁定取引を抑止したり、といった可能性が提示されている。

# 3 社会背景の変化—AI・ビッグデータ

- 消費者法個別化への課題—情報
  - 調整問題とも関係するが、個別化により消費者は自分に適用されるルールを知るコストが上がる可能性がある。このために、情報技術の進展が役立つほか、個別化について消費者個人に合わせてルールを変えるのではなく、一定のカテゴリーごとに類型化することも考えられる。
  - プライバシーの問題もあるが、この点は憲法・情報法で議論されている問題と重なる。

# 3 社会背景の変化—AI・ビッグデータ

- 消費者法個別化への課題—規律の設計
  - AIやビッグデータの利用は、事実相互の因果関係・相関関係の分析には役立つかもしれないが、競合する価値相互間の調整は人間が行う必要がある。以上のように役割を分化することは、競合する価値相互の間で何を重視しているのかを明るみに出すことにもつながるため、透明性の向上にもつながるかもしれない。
  - 偏ったデータによる学習の問題もあるが、人間の方がバイアスが少ないとはいいがたく、むしろ問題の解決はアルゴリズムの修正による方が容易かもしれない。



## 4 取り巻く理論の変化—買手独占

- 買手独占の問題の焦点化（Eric A. Posner, How Antitrust Failed Workers (2021)）
  - 競争法の対処してきた問題は、基本的には売手独占が多い。ここでは、消費者厚生が問題となってきた。
  - しかし最近では、最低賃金が雇用を減少させないという実証的研究の登場、プラットフォーム事業者の独占的地位の上昇やギグワーカーの増加に伴い、買手独占、特に労働力の買手独占の問題の議論が多くなってきている。ここでは、売手独占の問題を労働市場にスライドさせるなら、労働者厚生が問題となる。

## 4 取り巻く理論の変化—買手独占

- 弱者保護の衝突
  - 素朴に考えれば、競争法（優越的地位の濫用、カルテルなど）・労働法（最低賃金など）・民法（競業避止義務の公序良俗無効など）などによる労働者保護により労働者の賃金が上がれば、事業者の生産費用も上昇するため、価格上昇圧力となりうる。そうなると、消費者にとっては不利益にも働きうる。
  - ただし、メカニズムはそこまで単純ではなく、消費者と労働者への悪影響を慎重に見極める必要がある。産業組織論など経済学者との共同が、また、競争当局・労働者保護当局との連携が、より強く求められる分野となりうる。

## 4 取り巻く理論の変化—買手独占

- 消費者法とは？
  - 以上の問題は、消費者法とは何か、という問題にも再考を迫るかもしれない。つまり、一方で、消費者法として伝統的に考えられてきたのは、事業者と消費者との関係を規律するもの。他方、消費者厚生という点から考えた場合、これを超えたものも入りうる。
  - 消費者法とは何を目指し、また、何を守備範囲とするのか、消費者への影響を探る理論の変化とともに継続して考えていく必要性があるろう。

# 5 おわりに

- 本報告の概要
  - 消費者法は、消費者法の変化、社会背景の変化、取り巻く理論の変化に伴い新たな問題への対処を考える必要がある。
  - 問題への確定的な答えはまだ存在せず、継続して議論していくことが重要となろう。
- ご清聴ありがとうございました。