



第49号

野々山 宏
KCCN 理事長
弁護士

「ブリュッセルの EU 委員会の消費者部門調査で思ったこと」

2018年3月21日から29日まで、高嶋前理事長・京都産業大学教授、中田龍谷大学教授などとEUの各機関があるベルギーとルクセンブルクでEU委員会本部、欧州司法裁判所、ヨーロッパ消費者センター、ルクセンブルク大学を訪問して、EU消費者法及び消費者法教育の取り組みについて調査をしてきました。

EU委員会本部では消費者法立法担当部門と消費者教育担当部門で話を聞きました。最近では海外の状況もホームページであらかじめ情報の収集ができますが、やはり直接聞くとニュアンスなども分かり訪問は有意義でした。

私が理解した範囲では、EU消費者法の現在の課題は「執行（制裁）」と「オンライン取引」です。この課題は日本も同じです。いくつかのEU指令によって、消費者の権利は強化されています。しかし、法律で認められた権利を実効化させるのは、違反者への処分や被害回収を実現する執行であり、これが十分に機能していないと権利は絵に描いた餅になります。この執行（制裁）については、EU諸国では消費者の権利に対する指令ほどには整備されておらず、各国でばらばらの状況とのことです。せっかく規制や救済がEU指令によって加盟各国で法制化されても、違反事業者に対する処分や救済の執行が不十分な国があれば、消費者被害が十分に実現されないし、今後さらに進む取引のデジタル化に対しても対応する必要があるとの問題意識です。そのために加盟国の各担当部署の協力関係を強化して、執行（制裁）に必要な資料を提供したり、ウェブサイトの解析など担当者の能力の向上をはかるなどの取り組みを行っているとのことでした。

インターネット取引においては、オークションを運営するプラットフォーム業者の責任について法規制を検討しているとのことでした。日本でも、ネット取引の場を提供している業者は、取引にトラブルがあってもノータッチの態度をとり、責任をとろうとしていません。これで良いのかという問題意識です。まだ、調査の段階ですが、その際、インターネットの世界では、消費者が事業者を支払う「対価」は、金銭などの経済的対価だけでなく、個人情報として提供しているとの発想があり、個人情報をサービスの対価として提供していることによる規制を従来の個人情報保護という観点とは異なる視点で検討する必要があるという視点が、今まで考えていなかった発想で興味深かったです。消費者はインターネットを

通じて「無料」で様々なサービスを受けていますが、それは決して「無料」ではなく、消費者は登録の際の個人情報やそのサイトの利用履歴の個人情報を「対価」として事業者を提供しているということです。

また、EU 委員会の消費者教育について、伝統的な消費者を対象とした教育の強化だけでは十分な成果が上がらないとして、今年 of 重要なプロジェクトとしては、中小企業を中心とする事業者への消費者教育の強化を挙げていました。EU ないし加盟国の商工会議所、中小企業連盟、消費者団体などを通じて、事業者への大規模な消費者教育プログラムに着手したとのことでした。各加盟国でこの事業者対象の消費者教育の担当官を育成して、その者が各加盟国で事業者への消費者教育を実施していくプランで、テキストも作成されていました。消費者担当部門が、EU 委員会の重要施策として事業者に対する消費者教育を大規模に実施していけることが日本とは違うとの感想を持ちました。

EU では消費者教育等の取り組みによって、他の加盟国からオンラインで何かを買ったときに、自分たちが十分に保護されていると感じている消費者は、2003 年では 10% でしたが、2016 年には 58 パーセントに増加しています。それでも EU 委員会では、ある事業者による EU 消費者法の違反に対する制裁の水準は、加盟国間で非常に異なっている結果、消費者保護の水準が異なっていること、まだまだ、消費者が具体的な権利の存在に十分気がついていないことを挙げて、いくつかの改善する方向性を挙げて取り組みをしていく姿勢は前向きでした。

日本の経験についても聞かれ、EU 委員会などの担当者の積極的な姿勢が印象に残りました。

(2018 年 4 月)