



電子商取引及び 情報財取引等に関する準則

経済産業省において「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」が公表されており、適宜見直しがなされ改訂されています。デジタル社会の進展によって、電子商取引や情報財取引が取引社会では大きな地位を占めてきている中で、民法をはじめとした法令がデジタル取引の中でどのように適用されるのかの解釈を示すことで、取引当事者の予見可能性を高めるとともに取引の円滑化に資することを目的として提供されています。今回の特集では「準則」の考え方や内容についての講義録を取り上げました。



Takagi Atsuo
高木 篤夫 (54期)
東京弁護士会

【略歴】
2001年弁護士登録
日弁連消費者問題対策委員会委員(電子ネットワーク部会)
東京弁護士会消費者問題特別委員会委員長(2022~2023年度)
2013年より「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」起草者

第1 「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」の読み方

1 準則のなりたち

高木 「電子商取引及び情報財取引等に関する準則（以下「準則」といいます。）」について、私は策定当初からではなく、途中から起草に参加していますので、その中の分かる範囲でお話をしたいと思っております。

経済産業省のホームページの中で「電子商取引の促進」というページがあります。こちらを見ていただくと、準則が掲載されています（https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/ec/20220401-1.pdf）。令和4年4月改訂が、現在公表されている最新版となっておりますので、本日はこちらをご参照いただきながら、準則の読み方・使い方についてお話しいたします。

準則が最初にできたのは平成14年です。そこから何年かごとに改訂を重ねて、現在に至っています。

平成14年3月に公表された一番最初の内容は、非常にコンパクトな内容でした。オンライン取引や、消費者保護、情報財取引についてなどの論点が入っていて、100ページ未満の小さなものだったのですが、改訂を重ねるにつれて論点が付加され、既存の論点についてもいろいろと改訂を重ねて現在に至っています。

最新版には、電子商取引に関する論点と、インターネット上の情報に関する論点、それから情報財取引に関する論点、越境取引、ボーダーレス取引に関する論点も加わっておよそ400ページに膨れ上がっています。

今回の説明は策定に携わってきた私の個人的見解に基づくものですので、この点をご留意ください。

2 準則の目的と想定読者

当初は編集方針というものはありませんでしたが、令和2年の改訂のときに、編集方針を決めることになりました。

まず準則の目的は、電子商取引と情報財取引に関する法的問題点について、民法をはじめとした関係法令が、どのように適用されるかを明らかにすることによって、取引当事者の予見可能性を高め、なおかつ取引の円滑化に資することです。

当初は、想定読者としては、もっぱら事業者の法務部門、事業部門の方を対象としていました。事業者の中でも、大きなIT関係の企業については法務部などがあって、そちらでいろいろな法的検討はできるでしょうけれども、特にIT関係については、スタートアップ企業をはじめとして、法務部門をきちんと持っていない中小の事業者もかなりあります。そういった、自前ではなかなか法的な検討をすることが難しい事業者に対して、一定の法解釈の準則を示すことで、予見可能性を高めるとともに、適切な法的対応を期待するということが当初は策定されました。

ただ、実際のところはそれだけではなく、消費者相談を受ける相談員の方々も、この準則について注目していただいていたところがあります。そのため、そうした消費者相談を担当するの方々も想定読者としましょうというふうに、改めて想定読者を決めました。

一方で、一般のIT関係のユーザーとか、一般消費者とか、そういった方々まではターゲットにしません。ある程度法的な素養のある方、相談員レベル程度の、法的な知識を持っている方が

読んでも理解ができるというようなレベル感で、この準則を作っていくということになりました。

3 準則を読む際の注意点

記載内容については、公表時に成立または施行されている法律に基づくものとするとして、時間的限度を決めさせていただきました。令和4年4月版の準則は、令和4年4月の時点ですでに施行されている法律については取り込むけれど、その時点で成立していても施行前のものについては、論点の中に取り入れないことになっています。例えば、取引DPF消費者保護法は令和4年5月に施行されたので取り入れられていません。この点、準則を利用する際にご留意をお願いします。

それから、標準的な法令の解釈を基礎として記載することになっています。これは、解釈にいろいろと選択肢があるケースであっても、できるだけ判例とか、あるいは、一般的に通説とか多数説といわれるようなものによって立って、その解釈を示していくというのを前提としています。アグ



レッシブな解釈も、起草の段階ではいろいろと議論されることがあります。そういった、議論が分かれていて共通認識としてはこの解釈だというコンセンサスが取れないものについては、この準則では書きづらい部分があります。そのため、いわゆる多数説的なもの、それから実務で取られそうな解釈を基礎として解説を行っています。

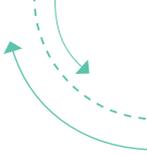
ただ、この準則の論点が増えてきた背景には、やはり実務上、いろいろな消費者被害とか、解釈の対立とか、あるいは新しいビジネスモデルが出てきたことに起因していて、ちょっと踏み込んだ形で論点を取り上げるといってもなかったわけではありません。必ずしも判断が固まっていなくとも、標準的な考え方をすれば、こうなるだろうというような考え方で記載をしているところもかなりあります。

4 準則の記載方針

記載方法の原則は、想定する読者が容易に理解できるように解説をしていくということになっています。できるだけ正確性を期するということはあるのですが、相談員や法務部を持っていない事業者が読んだとしても、ある程度の知識があれば理解ができるように、できる限り平易で分かりやすい記述を心がけるよう配慮することになっています。

ただし、一定程度の知識がないとなかなか理解ができないという部分はどうしても残ってしまいますが、かなり個々の論点で、参照すべき必要な文献や、各省庁が出しているガイドラインなどについても取り込んで、ある意味辞書的な使い方もできるように形で、できるだけ参照するものを提示しています。

また、長文にならないように配慮をすることにもなっています。論点について、一定程度分量の



制限をして、できる限り理解しやすいようなものという方針を定めています。

なお、準則は、各論点についてそれぞれ解説をしていくという形を取っていますから、論点主義的なところがあります。実際に問題となり得る論点を簡潔に、疑問形でまず記述をすることで、問題提起をしています。論点の項目と、そこで掲げられた設問を見ていただくと、だいたいどのような内容を書いているのかが分かるように構成しています。

論点で、どのようなテーマについて記載するかというのを書いているわけですが、その下に「考え方」と「説明」という、2つの項目を分けて書くようにしています。「考え方」というところには、その論点に関しての回答の要約が示されています。

次に「説明」という項目を必ず設けていますが、ここで、その最初の回答の概略について、より詳しい説明をしています。その論点についての回答の内容の概要を知りたいというときは、まず「考え方」を読んでください。あまりページ数が多くならないように、2ページから4ページの範囲内で書くような形を取っています。場合によっては、長過ぎる場合は、一部分は脚注に落とすというような工夫もしています。利用される際には、弁護士の方々でしたら、やはり「説明」のところを読んでいただきたいと思います。さらに各改訂時のパブリックコメントの結果にも目を通していただくとよく理解できるかと思います。

それから、論点については、ほかの論点と関係する部分は必ず出てきますので、相互参照できるような脚注を付けて、できるだけ準則の全体を俯瞰できるような書き方をしていくという決まりで編集しています。

用語についてはできる限り統一するように、論点で使っている用語に違いが出ないようにということを検討しながら解説をしています。

あと、論点として選択するもの、対象外とする

ものは一応決めてあります。

まず、悪意のある事業者に対する公法規制についての論点は除いています。この準則の利用の仕方は、あくまで民事法の問題についての解釈指針を示すということが前提になっていますので、公法的な規制については基本的に書かないことにしています。民事法について、それに罰則が付いている場合にまで記載を排除するわけではありませんが、純粋に刑事法的な問題については、基本的に書かないことになっています。

それから、特定のテーマ等に関する周知啓発のみを目的とした論点も書かないことになりました。以前は、法改正があったり、あるいは新しいガイドラインが出たりしたというようなときに、改訂の際には、そのガイドラインの解説的なものを論点として取り入れたことがあるのですが、分量が多くなってきたということもありますし、そのような場合にはガイドラインあるいは通達といったものを見てもらえばよいのではないかと、基本的には論点としての掲載をしないことになっています。

また、ウェブ上での広告に関する論点は除いています。広告については広告規制がいろいろな業法で定められていますけれども、やはり各種業法での広告規制というのは非常にたくさんあるわけで、それらを網羅して説明していくと、準則としては分量が多くなり過ぎるので、各種業法についての広告規制については、それをいちいち取り上げることはしません。

ただ、現在も広告規制についての論点は残ってはいるのですが、一般的な広告規制、特に電子商取引では特定商取引法や景品表示法については、どうしても避けて通ることはできないので、そういう特徴的な広告規制のものについては、論点としては残しているということになります。

加えて、まだ法案としても成立していないものについては、基本的に言及しません。公表時点の法令の解釈を示す方針からすると、今後立法化さ

れそうという状況にあったとしても、その公表時点ではまだ法令にもなっていないものについては、基本的には論点とはしないということになります。これは先ほども説明したとおりです。

5 改訂時にアップデートされる点

記載内容については、改訂をするたびに適否を判断します。重要と思われるような法令や判決が新規に出た場合には、それについて論点として書き加えるのか、あるいは既存の論点を書き直して変更するかということについては、都度検討しています。

これまで判例のなかった論点に関連して、判例が公開された場合には、原則として掲載をします。要は、新しい裁判規範が出てきた場合には、それを取り入れるという方向で考えていくことにしています。例えばパブリシティの話などは、ピンク・レディーの判決が出たときに追加しています。このように、新しい判例が出たときには、1つの論点として、およそその最高裁の判例が出たという場合には、それで1つの法解釈が固まったんだろうということ、それに基づいて記載をするということもしています。

そのため、これまで裁判例のなかった論点に関連した新たな裁判例が公開された場合には、原則として公開するというのと、すでに裁判例の存在する論点について、新規性のあるものが出た場合については、極力掲載をしています。重要度に応じて、本文に記載したり、あるいは脚注で、そういった裁判例が出たというようなことを記載をしていくというふうにしています。

論点の追加や削除は、政府、事業者、消費者相談窓口等からの提案を受けて、協議に基づいて追加の適否を決することになっています。政府というのは、経産省だけではなく、各関係省庁からの

意見、提案を受けて、どのように論点を追加すべきなのか、あるいは削除するのかというのを検討して、最終的な原稿の採否を決めていきます。

事業者からも当然意見があるわけで、そういった事業者からの意見、消費者相談窓口等、相談員、国民生活センター、消費者団体から要望があれば、それらの提案についても当然検討することとしています。

時間の経過とともに、もう論点として挙げる必要がないというようなものも出てきます。その場合には、削除することになっています。

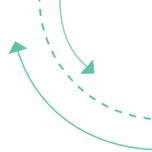
準則検討過程アーカイブの一部として残すようにしていますけれども、検討過程アーカイブについては公表はしていません。経産省のホームページの方で、これまでの各年度の準則が公表されていますので、それを見比べていただければ、削除された論点も見ることができます。

6 準則の存在意義

準則の「はじめに」のところに、これまでの現行法は、新しいEC取引や情報財取引を前提としない法律が多く、既存の法の柔軟な解釈をして、解釈で対応できない事項については、新たな法令の構築も求められているという旨の記載があります。

やはり現行法の解釈では限界があるようなところについては、経産省の方としても、新しい立法あるいは既存の法の改正を検討していくべきだということで、立法的な解決の課題を探る上でも、この準則の策定というのが意味を持っています。

なおかつ、私法によるルール形成はかなり限界があります。要は現行法を適用するとしても、裁判で争って、そこで裁判所の公権的な解釈が示されなければ、解釈として確定しません。しかも、判例が迅速に積み重ねられるかということ、そうで



もないという現状があります。特に電子商取引で消費者が関連するようなBtoC取引などでは、被害額の問題もあって、裁判例を作っていくのが難しいというところもあります。ですので、判決の先取りというような意味合いもあって、準則で解釈を示していくのが、1つの有意義な在り方で、課題の解決の一端を担っているかと思います。

法的な問題点について、現行法がどう適用されるのか、その解釈を示して、当事者の予見可能性を高めて、取引の円滑化に資するという、最初にお話した内容が、この準則を策定する1つの効果として狙っているところです。今後の立法、その他のルール形成の参考とすることも、準則の検討によって、期待されているものといえます。

7 新しいビジネスモデルへの対応

新しいビジネスモデルという点では、平成24年には共同購入クーポンをめぐる法律問題に関する論点の追加がありました。ただ、共同購入クー

ポンについては、グルーポンとかそういったビジネスモデルがあるということを提示することに意味があるということで、いろいろと検討を重ねたんですけれども、法的構成が1つに収斂するというようなことが考えづらく、一定程度の法的な枠組みを提示するというのに留まっています。

それから、シェアリングエコノミーも、新たにそういったことが論じられるようになって、論点として追加しました。

令和2年においては、民法の一部を改正する法律、すなわち債権法改正があり、ここで民法が大きく変わったということもあって、これに伴って準則の改訂が大きな作業になりました。

あと、令和4年4月の改訂では、電子商取引や情報財取引に関しての論点は、一応の網羅はされていると起草者ないし産業構造審議会のワーキンググループでは判断をしています。今後は、よほど何か新しいビジネスモデルが出てきて、しかも異論のない解釈が出てくるようなものがない限りは、新規論点の追加はなかなか難しい部分があるかもしれません。

第2

現在の準則の内容

1 準則の構成等

現状の構成ですけれども、論点は70ほどあります。電子商取引に関しては消費者の操作ミスによる錯誤とか、あるいは未成年者による意思表示の問題、ネット・ショッピング・モール運営者の責任、サービス運営事業者の利用者に対する責任

などです。DPFの関係は、取引DPF消費者保護法が令和4年4月の段階ではまだ施行されていなかったもので、それを視野に入れた検討自体はしているものの、この論点の中にそれをそのまま取り入れることまではしていません。もっぱら消費者問題は、第1章の電子商取引に関する論点のところで論じられているところが多いかと思います。

第2章としては、インターネット上の情報の提

示、利用に関する論点があります。ここではネットと肖像権、パブリシティ、あるいは著作権の問題とか、商標権侵害、あとはリンクを張る場合の問題点とか、景表法と特商法の表示義務の問題も一応論点として、この中に組み込まれています。

第3章が情報財取引に関する論点になっています。ここはライセンスの関係とか、主に事業者が問題にされる場所が多いかと思いますが、デジタルコンテンツの部分については、一般消費者も当然影響があるので、消費者問題を考えるときには参考にすべき部分があるかと思います。

第4章のところの、国境を越えた取引に関する論点ですが、電子商取引はボーダーレスな取引という性質ももっているため、国境を越えた取引について、どのような法的な問題があるのかを提示しています。この中では、日本の消費者が国外事業者と取引をする場合の裁判管轄とか、準拠法の問題を説明しています。そのほかに、事業者間の問題が越境取引の関係では多いかと思いますが、この分野はいわゆる国際私法の分野です。

令和4年版については、電子商取引及び情報財取引に関する準則の改訂のための有識者会議というものを設けていたわけですが、この有識者会議委員として選ばれた学者が、その構成員となっています。

実際の改訂作業については、主に弁護士が起草の研究会委員として関与して、改訂・起草を行っています。

準則は、原稿ができて公表することが決まった段階で、経産省がパブリックコメントにかけるようにしています。パブリックコメントの内容についていろいろな意見が出てきて、そこで修正を加えるということもたまにありますし、有識者会議側の意見というのを出しますので、パブリックコメントを見ていただくということは、準則の理解にもつながると思います。

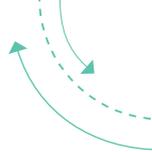
なおかつ、準則の中に情報経済課の連絡先を記載しています。準則を読んでいて、ここはこうじゃ

ないのかとか、あるいはこういう論点を取り上げてほしいとか、この論点はもういらんんじゃないのかとか、そういった意見があれば、いつでも受け付けているというスタンスでいます。何かあれば、こちらにご連絡いただければ、次の改訂時にそのご意見を反映するということもあるかと思えますので、読んでいて何かお気づきの点がありましたら、情報経課の方に連絡をしていただければ、よりよい準則へと変わっていくと思います。

2 論点の一例紹介 (未成年者の意思表示等)

未成年者による意思表示の論点が、準則の76ページ以降に掲載されています。未成年者による意思表示については、現在の民法21条の部分ですが、準則ができた当時は詐術の問題を論点として掲載していました。ただ、年齢確認画面等の対応については、当時の旧民法20条の詐術規定の適用によって、取消することができない場合があるのではないかということで、論点として取り上げられていました。

当初は簡単に、年齢確認画面の対応によって、旧民法20条の詐術規定で取消せない場合があって、その具体例としては、年齢のチェックで詐称した場合というようなものが事例として挙げられていたんですけども、平成23年の段階では、この論点につき記載内容を拡充し、取消権の制限事由を網羅して記載しました。あと、キャリア課金の仕組みと契約関係の分析と、取消後の法律関係の説明を追加しました。単に旧民法20条の部分だけを取り上げるのではなくて、未成年者の意思表示全体について、取消せる場合と取消せない場合、あと、取消された場合にどのような法律関係になるのかということまで含めて、論点の中に取り込んだというのが、平成23年6月版でした。



キャリア課金などでのゲームアプリの消費者被害が増えたということもあって、平成23年の改訂につながったわけですが、さらに年齢の低い幼年者のトラブル事例が発生して、それがかなり相談事例としても多くなり、平成26年の8月版では、意思無能力者の場合は契約無効となることを明示し、詐術の可能性のある事例についても若干の修正を行いました。単に年齢詐称だけで取消せなくなるという見解はちょっとおかしいということで、議論の末、内容を修正しています。

判断要素として、未成年者の年齢、商品属性、商品対象者、事業者の設定する警告の表示など、年齢確認や、同意確認画面等の構成も考慮して判断しなければなりません。要は、単純に年齢の詐称をすれば、あるいは同意があるということを入力してしまえば、それで取消せなくなるというほど単純な話ではないということです。

そこでは、個別具体的に総合判断すべきだということも追記したということと、詐術で取消権を失うというような判例を見てみると、ほとんど準禁治産者に関する事例であって、しかも準禁治産者の中の浪費者に該当するような事例であったということも、検討の結果出てきました。そういったことも注記をして、取消せなくなるという事案の裁判例があるからといって、必ずしもそれがそのまま全ての制限行為能力者の主張制限のケース

で妥当するものではないということです。

しかも、制限行為能力者のうちで、未成年者については詐術に当たるかどうかの判断は慎重に行われるべきであるというようなことが我妻榮先生らの『我妻・有泉コンメンタール民法〔第7版〕』（日本評論社）に書かれていたり、あるいはその若年者が行った虚偽の申告といったものが本当に詐術といえるものと値するののかというような学説上の意見もあったりするものですから、その点も言及をして、やはり自ら成人であるという表示をただけでは詐術に該当するという判断ができないという解釈を示すことにしました。

令和2年8月版、令和4年4月版では、民法の改正によって修正を取り入れる、あるいは成人年齢の引き下げによる修正を取り入れるというふうに、その時々法の改正に従った改訂を行っています。

このようにして「未成年者による意思表示」という論点では、未成年者を申込者とする電子商取引について、相手方が取消しの主張を受けた場合に、取消しの主張の適否はどのように判断されるかというのが示されています。

これについて「考え方」のところでは、法定代理人の同意なしという場合には、原則として取消しができるという原則を書いて、けれども、次の場合には未成年者であることを理由とした申込み



取消しは認められないという、この民法21条の適用可能性を示しています。あと、改正民法で、債権法改正のときに意思無能力についても明文化されたので、この点は令和2年改訂のときに入れています。

さらに、取消しができない場合はどういうときかを網羅的に説明しています。未成年者が法定代理人の同意を得て申込みを行った場合、この場合には取消しはできません。

近年取消しができないという主張をしてくる事業者もいるのですけれども、特に、最初に改訂した平成26年の当時は、携帯電話のキャリア決済の問題が大きくなっていました。そこで、キャリア決済についての説明を加えました。同意をしない場合でも、取消しができない場合として、処分を許された財産がありますので、それについても簡単に書いています。

また、この民法21条は事業者とは、かなり争いになる部分です。

単純に「成年ですか」の問いに「はい」のボタンをクリックさせる場合に、これだけで詐術に当たるといえることはいえないのではないかとこの点は先に述べたとおりですが、最近の利用規約の中に、「未成年者の場合は同意が必要です」と記載してあるだけの場合や、同意が必要だということを記載しつつ、なおかつ、取引をした場合は同意があったものと見なしますという、何らかの同意のみなし規定まで入れている事業者もいます。これらの場合はおそらく同意として認められないだろうということを前提に事例として書いてあります。

同意確認についても、先ほどの事例であったように、対面とか書面とかに比べて容易ではないということと、未成年者が申込む可能性の高さとか、取引対象とか、そういったものを考えて、同意があるかどうかというのは慎重に検討しなければいけないということを書いています。画面や利用規約で、同意が必要であるというふうにしたとし

ても、その記載だけで同意があると推定することは必ずしもできないということです。原則として、規約に書いてあるから同意があったというふうにみなすのは、かなり難しいのではないかとこのことを述べています。

電子商取引の利用規約については、利用規約の定型約款としての契約への組み入れとか、あるいは定型約款の規定が適用されない利用規約の組み入れといった、約款についての論点があるので、それを参照できるように、注記の中で相互参照できるようにしています。約款の内容の組み入れができるのか、有効なのかということと、もし仮に約款上に規定があったとした場合については、その約款の単純な有効、無効という話だけではなくて、詐術に当たるかどうかということについても、別レベルで論点となり得るというようなことを説明しています。

それからキャリア決済については、やや詳しく説明はなされていますが、キャリア側がそのキャリア課金について、未成年についての一定の制限を設けるなどといった対応をしてきました。この問題へのキャリアの対策もあり、昔ほどはクローズアップされず、被害数はやや後退しているというような状況がありますので、ここについては削除してもいいかというような話もありました。しかし、一応この問題が全てなくなっているわけではない側面もあるので、キャリア課金についての仕組みとか、未成年者の場合にはどういった形になるのかというような説明も加えています。 **図1**

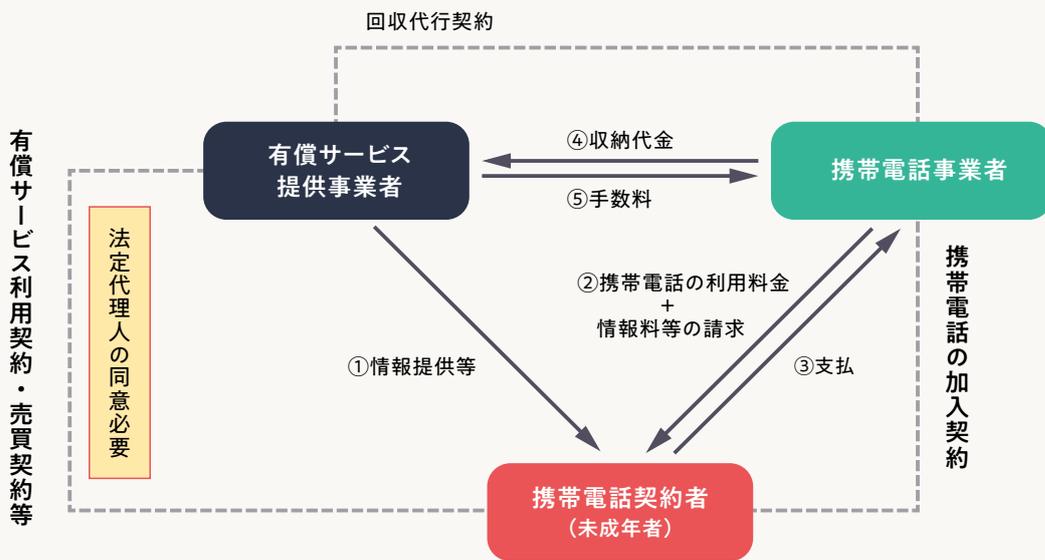
あとは関連判例として、例えばダイヤルQ2事件は若干参考になるだろうということで記載をしています。

未成年者による詐術は、やはり未成年者の意思表示に関するものの中では一番焦点が当たっているところで、消費者が未成年者取消しの主張をした場合には、それに対抗するものとして、この詐術の話は必ず出てきますから、詐術についてどのような解釈ができるのかは、いろいろな学者

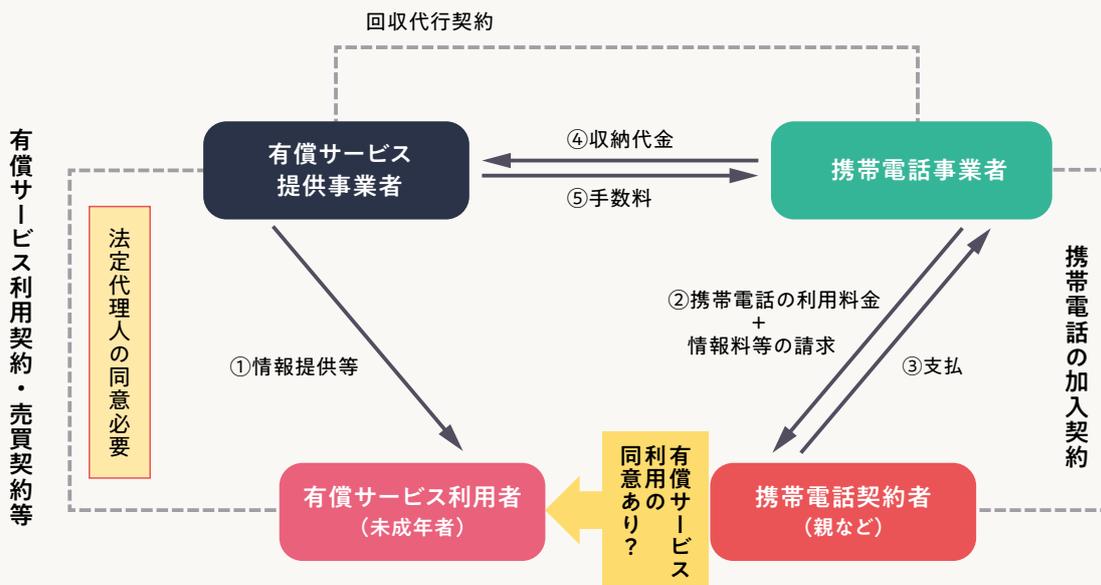
図1 *準則81頁より引用

〈例：回収代行型※の場合の契約関係の概要〉

①携帯電話契約者(未成年者)=サービス利用者(未成年者(同一人))



②携帯電話契約者(親など)≠有償サービス利用者(未成年者)



※図ではキャリア課金の方法として回収代行型を上げているが、携帯電話事業者がサービス提供事業者から代金債権の譲渡を受けて携帯電話契約者に請求する債権譲渡型もある。

の論文や教科書などを参照できるように引用しながら記載をしています。

あとは、関連する最高裁の判例がある場合には紹介していますが、ただ単純に判例の言い回しをそのまま適用すればいいのかというと、やはりそれでは不十分だろうと考えています。例えばここで挙げている最高裁の判例は、準禁治産者の浪費者に関する事例であったということが指摘されているところですので、そういったことについても検討できるように、文献等について参照できるような注記を入れています。

一般の相談員レベルだと、この辺まで考える、あるいは参照して自分で検討するというのはなかなか難しいところですが、それ以上の知識がある法務担当者とか、あるいは弁護士であれば、こういった文献に当たっていただければ、本文で書いているところはあながち間違いではないだろうというところは理解していただけるのではないかと思います。

準則の中の記載では、結局は総合考慮のような形になっていて、個別具体的な事情を総合考慮した上で、事実的な観点から判断されるものというふう結論付けています。中には、これだと簡単には判断できないのではないのかとおっしゃる方もいらっしゃるのですが、やはり画一的に単純に考えることができる部分ではないという見解に立っていますので、それは致し方ないところだということで、ご理解いただければと思います。

あとは、取消された場合に、どのような法律関係になるのかということ詳しく書いています。原状回復とか現存利益とか、そういった問題はいろいろあるのですが、確定的に言える範囲で書かせていただいています。現存利益については本場にいろいろな考え方があって、消費者側に立てば、現存利益なしというケースも結構あるでしょうけれども、そうではないというような裁判例もないことはないのですが、解釈が固まっているわけではないから、断定的な言い方はできないという状態に

なっているというのが現状です。

「インターネット通販における返品」についても、法定返品権というのはどういうものかとか、そういった考え方を書いてありますけれども、この中でも、注記でいろいろと注意すべきところを書いたりもしています。法定返品権の規定だけではなくて、施行規則の中の規定とか、そういった法律だけでは正しく理解できない部分、政省令の部分まで含めて説明をするようにしています。

1つの論点について、いろいろな解決、具体的な事例を解決するに当たって、どういう法律、あるいはガイドラインを使っているかについて、いろいろと書いているので、準則を辞書的に使っていただければと思います。

3 まとめ

今後、もっといろいろな問題が出てくると思います。まだ令和4年4月の改訂では、取引DPF消費者保護法は未施行の段階でしたし、改正特商法についても十分な反映がなされていない部分があるため、今後まだ改訂が必要です。

起草者は事業者側で活動されている方もいらっしゃいますし、私のように消費者側で活動しているメンバーもいるので、それぞれの立場からいろいろと総合的に議論して、できるだけ普遍的な解釈がなされるようにということで努力しています。妥当性を持った解釈を示そうとしているということをご理解いただけて、ご利用いただければと思います。

最後に、準則は民事法の問題を中心としているのですが、どうしても公法規制に言及せざるを得なかった部分があります。国境を越えた取引に関する公法規制の適用範囲は、一般的な民事問題ではなくて、いわゆる製品安全の問題なので、ちょっと毛色は違いますが、入ったりもしています。

第3

質疑応答

質問者 弁護士にとっては、準則を裁判で有利に使用したいということがあると思うのですが、具体的に裁判所に出す際に、例えばその編集方針をきちんと出した方がいいとか、基本的に準則の考え方に沿った形で裁判所も考えていただけるのかなどについて、もし何かご示唆ありましたらいただけますでしょうか。

高木 特に私自身は準則を証拠等として出して訴訟をしたことはないのですが、分かりません。けれど、論点についての解釈は、できるだけ標準的な法令の解釈を基礎としていますから、出していただいてもいいのかもしれませんが、ただ、いろいろ見ていると、だいたい準則に書いてあるのと同じような判断をしている裁判例があるので、そうするとあまり、そういう前提条件は気にする必要はないのかなという気もします。ですので、裁判でこういう解釈が示されているという資料や証拠として出すという程度でしたら、あまり留意点はないのかなと思っています。

質問者 ありがとうございます。準則で書いたことをそのまま判決の規範としているに近い裁判例もあるということで、わりと裁判官も信頼してくれるということなので、有利に使いそうであれば、積極的に使っていきたいと思います。

続いて、もう1点だけ。準則は、原則として主に経産省が作っていますが、他省庁の所管の法令について、踏み込みつつあるような解釈を示す場合は、他省庁と修正や調整をするのかなと想像します。何か言える範囲、言えない範囲、あると思うんですが、他省庁との調整の中で、こういう修正がありましたよなど、何かありましたら

教えていただければと思います。

高木 その辺はちょっとここで言及するのは難しいと思います。ただ、関係する省庁に意見を聞いているのは確かなので、先ほどもお話ししたように、メンバーの中に他の省庁がオブザーバーとして入っているというようなこともありますので、オブザーバーとして来ていれば、何らかの意見が出てくることは当然というか自然の話で、このあたりについては反映することはあります。あるいは、これはやめてくれと言われることもあるという、一般論としてはそういうことがあり得るんじゃないのかなというふうには言えます。

司会 可能な限りで答えていただきまして、ありがとうございました。やはりある程度調整があるということで、だからこそ信用性があるのかなと思います。ありがとうございました。 

