

EU 消費者法

—契約法に関する消費者保護指令を巡って(6)—

角 田 光 隆

目次

1. 序言
2. 欧州条約と消費者保護
 2. 1 欧州共同体条約
 2. 2 欧州連合条約及び欧州連合機能条約
3. 消費者保護に関する共同体法の系譜
 3. 1 消費者政策と欧州条約
 3. 2 消費者政策と個別の決議, 計画, 戦略
 3. 3 消費者保護に関する規則, 指令, 決定
4. 消費者保護指令と構成国法
 4. 1 営業所以外で交渉された消費者契約
 4. 2 パック旅行, パック休暇, パックツアーに関する契約
 4. 3 消費者契約における不公正約款
 4. 4 遠隔地契約 (以上, 第14号)
 4. 5 消費財の売買及び保証契約
 4. 6 消費者保護指令の改正状況とその他の指令
 4. 6. 1 消費者保護指令の改正状況
 4. 6. 1. 1 営業所以外で交渉された消費者契約
 4. 6. 1. 2 パック旅行, パック休暇, パックツアーに関する契約
 4. 6. 1. 3 消費者契約における不公正約款
 4. 6. 1. 4 遠隔地契約

EU 消費者法

- 4. 6. 1. 5 消費財の売買及び保証契約（以上，第15号）
- 4. 6. 1. 6 消費者金融サービスの遠隔販売
- 4. 6. 1. 7 消費者信用契約
- 4. 6. 1. 8 タイムシェアリング・長期休暇商品・再販買・交換契約
- 4. 6. 1. 9 消費者の権利に関する指令案—消費者共同体法の再検討
 - 4. 6. 1. 9. 1 消費者共同体法の再検討に関するグリーン・ペーパー
 - 4. 6. 1. 9. 2 消費者共同体法の再検討に関するグリーン・ペーパーについての公開協議の結果報告書
 - 4. 6. 1. 9. 3 消費者共同体法の再検討に関する影響評価のための予備作業
 - 4. 6. 1. 9. 4 消費者共同体法の再検討のための会議
 - 4. 6. 1. 9. 5 消費者法の比較分析と勧告
 - 4. 6. 1. 9. 6 消費者の権利に関する指令案
 - 4. 6. 1. 9. 7 消費者の権利に関する指令案の影響評価書
 - 4. 6. 1. 9. 8 消費者の権利に関する指令案と構成国の消費者法
 - 4. 6. 1. 9. 9 消費者の権利に関する指令案と構成国の一般契約法及び他の指令（以上，第16号）
 - 4. 6. 1. 9. 10 消費者の権利に関する指令案と売買法
- 4. 6. 2 その他の指令
 - 4. 6. 2. 1 概観
 - 4. 6. 2. 1. 1 消費者への情報提供
 - 4. 6. 2. 1. 2 消費者の生命及び健康の保全
 - 4. 6. 2. 1. 3 製造物一般の安全性
 - 4. 6. 2. 1. 4 個別的な製造物の安全性

- 4. 6. 2. 1. 5 サービスの安全性
- 4. 6. 2. 1. 6 消費者契約
- 4. 6. 2. 1. 7 航空運送
- 4. 6. 2. 1. 8 鉄道運送
- 4. 6. 2. 1. 9 道路運送
- 4. 6. 2. 1. 10 水上輸送
- 4. 6. 2. 1. 11 電子通信・インターネット・データ保護・
電子商取引・支払システム
- 4. 6. 2. 1. 12 金融サービス
- 4. 6. 2. 1. 13 価格の表示
- 4. 6. 2. 1. 14 公共利益サービス（以上，第17号）
- 4. 6. 2. 1. 15 差別の禁止
- 4. 6. 2. 1. 16 商品のラベルと包装
- 4. 6. 2. 1. 17 競争秩序
- 4. 6. 2. 2 期間等に関する規則
- 4. 6. 2. 3 取引慣行と広告に関する指令
- 4. 6. 2. 3. 1 域内市場における事業者と消費者間の不公正
な取引慣行に関する2005年の指令
- 4. 6. 2. 3. 2 域内市場における事業者と消費者間の不公正
な取引慣行に関する2005年の指令と他の指令等
との関係（以上，第18号）
- 4. 6. 2. 3. 3 域内市場における事業者と消費者間の不公正
な取引慣行に関する構成国法
- 4. 6. 2. 3. 4 誤解を与える比較広告に関する2006年の指令
- 4. 6. 2. 3. 5 誤解を与える比較広告に関する2006年の指令
と他の指令等との関係
- 4. 6. 2. 3. 6 消費者に提供される商品の価格の表示におけ
る消費者保護に関する1998年の指令

EU 消費者法

- 4. 6. 2. 3. 7 消費者に提供される商品の価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令と他の指令等との関係（以上、本号）
- 4. 6. 2. 4 製造物責任等に関する指令
- 4. 6. 2. 5 航空運送その他の輸送手段に関する指令
- 4. 6. 2. 6 電子商取引等に関する指令
- 4. 6. 2. 7 信用・支払・価格・保険等に関する指令
- 4. 6. 2. 8 公共サービス等に関する指令
- 4. 6. 2. 9 差別の禁止に関する指令
- 4. 6. 2. 10 商品のラベルと包装に関する指令
- 4. 6. 2. 11 競争に関する規則
- 4. 6. 2. 12 指令等の効力
- 4. 7 構成国法の構造
- 5. 消費者保護指令と欧州司法裁判所の判決
- 6. 共通の参照枠組み草案の系譜と内容
- 7. 共通の参照枠組み草案と消費者の権利に関する指令案
- 8. 消費者の権利の執行と救済方法
- 9. 共通の参照枠組みと消費者法の展望
- 10. 結語

4. 6. 2. 3. 3 域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する構成国法

域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令は構成国で国内法化された。構成国法の中で、オーストリア、ドイツ、フランス、イギリスの法制度を採り上げることにする。

4. 6. 2. 3. 3. 1 オーストリア法

1984年に不正競争防止法がオーストリアで効力を生じた。その後、不正競

争防止法は何度も改正された。⁽¹⁷⁰⁾

当該改正の中で域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令に関連するのは、2007年の改正である。不正競争防止法の全体について述べながら、2007年の改正の個所を指摘しておくことにする。

第1条は、不公正な取引慣行に関する規定である。当該規定は、2007年の改正で導入されたものである。

第1a条は、第1条を受けて攻撃的な取引慣行について規定している。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第2条は、第1条を受けて誤解を与える取引慣行について規定している。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第2a条は、比較広告に関する規定である。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第3条は、誤解を与える取引慣行にある誤った告知が新聞で公表された情報に含まれている場合における新聞の編集者または経営者に対する差止請求権を規定している。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第4条は、競争のために広告またはメディアで攻撃的または誤解を与える取引慣行をした者に対する罰金等に関する規定である。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第5条は、メディア法第33条及び第41条の類推適用に基づく回復措置に関する規定である。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第6条は、物またはサービスの指定に役立つ名称の利用に関して第2条乃至第4条の適用がないことなどを定めている。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第7条は、競争相手の事業・人格・物・サービスについて事業の経営や信用を毀損する事実を主張または広めた者に対する損害賠償義務などを定め

(170) Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb.

(<http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10002665>)

ている。当該規定は、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第8条は、地理的表示の保護のために第4条及び第7条を適用する場合について規定している。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第9条は、事業者等の名称・商号・特別の表示や登録商標を他人のものと混同を生じさせた場合における差止請求権や損害賠償請求権などを規定している。当該規定は、1999年の改正で導入されたものである。

第9a条は、物またはサービスの提供と並んで消費者または事業者に対しての景品を提供・告知・承諾した場合などにおける差止請求権や損害賠償請求権について規定している。適用除外の場合も詳細に規定している。当該規定は、2001年の改正で導入されたものである。

第9c条は、消費者に購入証・権利証などを交付するか当該証明書の提示と引き換えに物を売る場合における差止請求権について規定している。当該規定は、1992年の改正で導入されたものである。

第10条は、優遇してもらうために事業者の職員または受任者に贈り物またはその他の利益を提供・約束・承諾した場合における刑罰の賦課に関する規定である。当該規定は、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第11条は、職務中に知り得た営業上の秘密を他人に漏らした場合における刑罰の賦課について規定している。当該規定も、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第12条は、信用して託された技術上の原本または規則書を権限なしに利用しまたは他人に伝えた場合における刑罰の賦課に関する規定である。当該規定は、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第13条は、第10条乃至第12条に違反した場合における差止請求権及び損害賠償請求権に関する規定である。当該規定も、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第14条は、第1条、第1a条、第2条、第2a条、第3条、第9a条、第

9c条、第10条の場合における差止請求権や、第1条第1項第2号、第1条第2項乃至第4項、第1a条、第2条に基づく攻撃的なまたは誤解を招く取引慣行の違反の源がオーストリアにある場合における差止請求権に関する一般規定である。当該規定は、2007年の改正で導入されたものである。

第14a条は、郵便または通信サービスを提供するか利用者が申告した氏名及び住所を処理する事業者が負担する情報提供義務及び情報提供請求者の義務に関する規定である。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第15条は、差止請求権には法律規定に反する状態の除去請求権もあることを規定する。当該規定は、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第16条は、損害賠償の範囲に関する規定である。逸失利益の賠償や疾病その他の個人的不利益の賠償を明記している。当該規定も、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第17条は、複数の賠償責任者の連帯責任に関する規定である。当該規定も、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第18条は、第1条、第1a条、第2条、第2a条、第7条、第9条、第9a条、第9c条、第10条第1項、第11条2項、第12条に基づく事業の営業主の許されない行為に対する差止請求権及び損害賠償請求権に関する規定である。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第19条は、他人の行為を故意に防がなかった場合における第4条、第10条第1項、第11条第2項、第12条による刑罰が事業主に生ずることを定める規定である。当該規定の第1項及び第3項は、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。しかし、当該規定の第2項は、2007年の改正で削除された。

第20条は、差止請求権の時効が法律違反と義務者を知ってから6カ月で、そうでない場合は3年であると規定する。法律違反が継続する場合は、第15条の除去請求権や差止請求権が継続するとする。当該規定は、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第21条は、第2条、第2a条、第7条、第9条に該当する告知または情報が印刷物の発行または頒布にかかわる事業の経営者が編集または所有する印刷物に掲載された場合における当該告知または情報自体や印刷物の頒布の中止命令に関する規定である。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第22条及び第23条は削除されている。第24条は、差止請求権を保証するための仮処分に関する規定である。当該規定は、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第25条は、第4条と第10条の場合における判決の公表などに関する規定である。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第26条は、訴えまたは民事法上の請求権による審理の公開が取りやめられる場合について規定している。当該規定は、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第27条は、雪だるま式販売法に基いて契約を締結することを禁止することを内容としている。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第28条は、物またはサービスの提供がくじ引きその他の偶然による場合を禁止することを内容とする。当該規定は、1992年の改正で導入されたものである。

第28a条は、支払証や郵便振替等で記録簿への登録を宣伝したり直接に登録を申し出ることを禁止することを内容とする。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

第29条は、招待状・資格証明書等の送付や広い範囲の人たちに向けた書面による告知によって第27条及び第28条による禁止契約の勧誘を禁止することを内容とする。当該規定は、2001年の改正で導入されたものである。

第30条は、破産財団に由来するが破産財団に属しなくなった商品の販売が広告等で告知された場合において商品を破産財団に関連付けることを禁止している。当該規定も、2001年の改正で導入されたものである。

第31条は、事業者が自分に帰属しないラベルを使い、誤ってラベルの所持

を当局によって承認され与えられた資格等のせいだとし、ラベル等をラベルの授与の切っ掛けや理由を偽るよう利用することを禁止することなどを定める。当該規定は、2007年の改正で導入されたものである。

第32条は、規則によって特定の物またはサービスの表示を定めることができることを規定している。当該表示の内容が詳細に列挙されている。当該規定は、2000年の改正で導入されたものである。

第33条は、第32条の規則に違反した場合における罰金の賦課等を定めている。当該規定は、2001年の改正で導入されたものである。

第33a条は、大売り出しの告知の定義に関する規定である。当該規定は、2007年の改正で導入されたものである。

第33b条は、大売り出しの告知が許される条件を規定している。当該規定は、1992年の改正で導入されたものである。

第33c条は、大売り出しの申請の決定に関する郡行政庁の事前手続きなどについて規定している。当該規定は、1992年の改正で導入されたものである。

第33d条は、大売り出しの告知の内容等に関する規定である。当該規定も、1992年の改正で導入されたものである。

第33e条は、完全な閉店に関する告知のための承認がなされた場合における営業資格等の終了時期などを規定している。当該規定も、1992年の改正で導入されたものである。

第33f条は、第33b条、第33d条第1項乃至第3項、第33e条第1項第3項第4項に違反した場合における刑罰の賦課を規定している。当該規定は、2001年の改正で導入されたものである。

第34条は、第19条の類推適用がある場合、管理違反がない場合、第14条乃至第18条と第20条乃至第26条の類推適用がある場合を規定する。当該規定は、1992年の改正で導入されたものである。

第35条は、税関による輸出入の際の第32条違反の商品の留置に関する規定である。当該規定は、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第36条は、場所の由来または商品の状態に関する誤った表示のある商品を税関が輸出入の際に留置し、郡行政庁がその表示を削除することを内容とする規定である。当該規定も、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第37条は、第35条及び第36条との関連で商品の処分権者に留置の原因となった瑕疵を除去する猶予を与えることなどを規定している。当該規定も、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第38条は、商品＝物やサービス及び経済的利益に関する定義規定である。当該規定も、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第39条は、絵のような描写その他の催しの取り扱いに関する規定である。当該規定も、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第40条は、外国人の保護に関する規定である。当該規定も、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第41条は、当該法律の適用範囲にある商品の表示が外国で他の国の商品より不利益な取り扱いを受けた場合における報復請求権に関する規定である。当該規定も、1984年の不正競争防止法の制定時から存在したものである。

第42条は、経過規定について定めている。当該規定は、1999年の改正で導入されたものである。

第43条は、当該法律の実施主体などに関する規定である。当該規定も、1999年の改正で導入されたものである。

第44条は、当該法律の施行時期に関する規定である。当該規定は、2007年の改正で導入されたものである。

第45条は、共同体法との関連規定である。たとえば、共同体法とは、不公正な取引慣行に関する2005年の指令と、誤解を与え比較できる広告に関する2006年の指令を意味している。当該規定も、2007年の改正で導入されたものである。

域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令の付属書 I は、あらゆる状況において不公正と判断される取引慣行に関

するものである。誤解を招く取引慣行と攻撃的な取引慣行に分けて詳細に具体例を列挙している。

このことに対応して、第45条の次に付属書として誤解を招く取引慣行と攻撃的な取引慣行を列挙している。

4. 6. 2. 3. 3. 2 ドイツ法

2010年の不正競争防止法は、⁽¹⁷¹⁾域内市場における事業者と消費者間の不正な取引慣行に関する2005年の指令による改正を受けたものである。オーストリアの不正競争防止法の構造との相違を知るために、ドイツの不正競争防止法の全体について概観しておくことにする。

不正競争防止法の第1章は一般規定で、第1条乃至第7条からなる。第1条は法律の目的に関する規定で、競争者、消費者、その他の市場参加者、純粋な競争に対する公共の利益の保護を法律の目的としている。

第2条は定義規定で、取引行為、市場参加者、競争者、通知、行為規範、事業者、専門的注意義務に関する定義を定めている。

第3条は不正な取引慣行の禁止に関する規定で、不正な取引慣行が許されない場合や消費者に対する取引行為が許されない場合を一般的に定め、付属書に挙げられている消費者に対する取引行為が許されないことを規定する。

第4条は不正な取引行為の事例に関する規定で、11個の事例を挙げている。第5条は誤解を与える取引行為に関する規定で、真実でない告知またはその他の詐欺に値する告知が取引行為にある場合に誤解を与える取引行為になると判断している。その告知の内容について7個の事実を挙げている。その他の取引行為が誤解を与えると判断される場合、告知の内容の追加事項、誤解を与える取引行為と推定される場合も指摘している。

第5a条は不作為による誤解を与える行為に関する規定で、事実の沈黙の場合と消費者の判断能力に情報を提供しないことによって影響を与えた場合

(171) Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb.

(http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/uwg_2004/gesamt.pdf)

を規定している。その情報を具体的に6個挙げている。

第6条は比較可能な宣伝に関する規定で、比較可能な宣伝の定義や不正な比較可能な宣伝をしていると判断される6個の事例を定めている。

第7条は期待不可能な迷惑行為に関する規定で、期待不可能な迷惑行為が不正な取引行為に該当することや特に宣伝が期待不可能な迷惑行為に該当する場合があることを定めている。このことに関連して、期待不可能な迷惑行為が認められる4個の事例や、電子ポストを使った宣伝の場合に期待不可能な迷惑行為が認められない条件を指摘している。

第2章は法律効果に関する規定で、第8条乃至第11条からなる。第8条は、第3条または第7条に該当する不正な取引行為に対して除去請求権と差止請求権を定めている。どちらの請求権も、事業者の共同者や受託者によって不正な取引行為がなされた場合に事業者に対して行うことができるとする。除去請求権と差止請求権の帰属主体を4種類に分類している。両者の請求権の主張が許されない場合や差止請求権法第13条が類推適用される場合も定めている。

第9条は、第3条または第7条に該当する不正な取引行為に対する損害賠償請求権を定めている。定期刊行物については故意の場合にのみ損害賠償請求権を認めている。

第10条は、利益の剝奪に関する規定である。第3条または第7条に該当する不正な取引行為を故意に行った者に対して、第8条第3項第2号乃至第4号に基づく差止請求権者が連邦財政に利益を引渡すことを請求できるとする。不正な取引行為を理由にして第3者または国に対して行った給付は利益に算入されるが、前述した請求の後でなした給付は不正な取引行為を行った者に償還されるとする。その他に、債権者が複数いる場合の民法第428条乃至第430条の類推適用や前述した請求権の行使に関する債権者の情報提供義務などを定める。

第11条は、時効に関する規定である。第8条・第9条・第12条第1項第2文に基づく請求権、損害賠償請求権、その他の請求権に分けて時効期間を定

めている。

第3章は手続規定で、第12条乃至第15条からなる。第12条は、請求権の行使等に関する規定である。第13条は、事物管轄に関する規定である。第14条は、場所的管轄に関する規定である。第15条は、調停所に関する規定である。

第4章は刑罰・過料に関する規定で、第16条乃至第20条からなる。第16条は、刑罰を課される宣伝に関する規定である。第17条は、取引上及び営業上の秘密を漏らしたことに對する刑罰に関する規定である。第18条は、取引において信頼して託された技術的な性質の原本または処方権を権限なく利用したまたは第3者に伝えた場合における刑罰に関する規定である。第19条は、第17条または第18条の犯罪行為を行うことを唆したり申し出たことに對する刑罰に関する規定である。第20条は、過料に関する規定である。

域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令の付屬書Iは、あらゆる状況において不公正と判断される取引慣行に関するものである。誤解を招く取引慣行と攻撃的な取引慣行に分けて詳細に具体例を列挙している。

このことに対応して、不正競争防止法第20条の次に付屬書として第3条第3項の意味における不正な取引行為に関する規定を置いている。誤解を招く取引慣行と攻撃的な取引慣行に分けずに、不正な取引行為の名のもとに誤解を招く取引慣行と攻撃的な取引慣行の両者を含んでいるのである。

域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令に関する不正競争防止法の改正は、2006年12月21日法第5条に基づく。⁽¹⁷²⁾

これによれば、第1条第1文、第2条第1項第1号・第4号乃至第7号、第2条第2項、第3条、第4条表題、第4条第1号・第2号・第3号、第5条表題、第5条第1項・第2項・第3項・第5項、第5a条、第6条第2

(172) Erstes Gesetz zur Aenderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb.
(<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.country.view-File&lawID=39&languageID=DE>)

項・第3項、第7条第1項・第2項、第8条第1項第1文・第2文、第9条第1文、第10条第1文、付属書が改正の対象となっている。

4. 6. 2. 3. 3 フランス法

消費者の利益のための競争の発展に関する2008年法（以下、2008年法とする。）は、⁽¹⁷³⁾域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令による改正を受けたものである。オーストリア及びドイツの不正競争防止法の構造との相違を知るために、2008年法の全体について概観しておくことにする。

当該指令は、経済の現代化に関する2008年法⁽¹⁷⁴⁾や法律の質の簡素化と改善に関する2011年法⁽¹⁷⁵⁾にも関連している

消費者の利益のための競争の発展に関する2008年法は、商事法典、社会保障法典、旅行法典、消費法典、郵便・電子通信法典、通貨・金融法典に関する改正条項である。

2008年法第1条は、商事法典第L442-2条の修正に言及している。第L442-2条は、競争制限行為に関する規定である。

2008年法第2条は、商事法典第L441-7条の新規定に言及している。第L441-7条は、透明性に関する規定である。

2008年法第3条は、社会保障法典第L138-9条第1段の新規定に言及して

(173) LOI n 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le developpement de la concurrence au service des consommateurs.

(<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.country.viewFile&lawID=82&languageID=FR>)

(174) LOI n 2008-776 du 4 aout 2008 de modernisation de l economie

(<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.country.viewFile&lawID=84&languageID=FR>)

(175) LOI n 2011-525 du 17 mai 2011 de simplification et d amelioration de la qualite du droit.

(<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.country.viewFile&lawID=470&languageID=FR>)

いる。第 L138-9条は、処方により製造販売される一般薬の卸販売施設と公衆衛生法典第596条の意味における1つまたは複数の処方により製造販売される一般薬の開発を請け負う企業の負担に関連する規定である。

2008年法第4条は、消費法典第 L.441-2-1条の修正と農事法典第 L.632-3条11号の新規定に言及している。第 L.441-2-1条は、透明性に関する規定である。営業の協力のサービスの文言の修正が行われた。第 L.632-3条11号は、職種間共通の組織における職業メンバー間の契約関係の発展に関する規定である。

2008年法第5条は、商事法典第 L.442-9条第1段の新規定に言及している。第 L.442-9条第1段は、競争の制限行為に関する規定である。行為者の責任等に関する規定が追加された。

2008年法第6条は、商事法典第 L.442-10条第3項の修正に言及している。第 L.442-10条第3項は、競争の制限行為に関する規定である。第 L.441-2-1条の第1段の適用の文言の修正が行われた。

2008年法第7条は、商事法典第 L.441-6条の修正に言及している。第 L.441-6条は、透明性に関する規定である。第1段第1文の最後に物やサービスの売買の一般条項に関する文言を追加し、第2段における支払期間を守らない行為や記載事項を告知しない行為等に対する罰金の賦課を規定し、2個の最終段の削除がなされた。

2008年法第8条は、商事法典第 L.442-6条第1項の修正に言及していた。第 L.442-6条第1項は、競争の制限行為に関する規定である。第 L.442-6条第1項第2号bの第1文の修正や第 L.442-6条第1項第9号に物やサービスの売買の一般条項を伝えないことに関する規定が設けられた。

2008年法第9条は、商事法典第 L.441-5条の新規定に言及している。第 L.441-5条は、透明性に関する規定である。第 L.441-4条の違反に対して刑事上の責任を負う法人に関する規定が設けられた。商事法典第 L.442-3条第1段の新規定や商事法典第 L.443-3条の新規定にも言及していた。前者は競争の制限行為に関する規定で、商事法典第 L.442-2条の違反に対する刑事上の

責任のある法人についての規定である。後者は他の禁止行為に関する規定で、商事法典第 L.443-2条第 1 項及び第 2 項の違反に対する刑事上の責任のある法人についての規定である。

2008年法第10条は、商事法典第 L.443-1条第 4 項の新規定に言及している。第 L.443-1条第 4 項は他の禁止行為に関する規定で、1941年 4 月12日法の適用において採られた職種間共通の決定等についての規定である。

2008年法第11条は、旅行法典第 L.221-9条の新規定に言及している。追加となった第 L.221-9条第15号は、家具の小売店についての規定である。

2008年法第12条は、消費法典第 L.121-84条の新規定に言及している。第 L.121-84条は、電子通信に関するサービス契約に関する規定である。第 L.121-84-1条は、電子通信のサービス提供者へ消費者が予め支払った全額の返還等に関する規定である。第 L.121-84-2条は、電子通信サービス契約の消費者による解除の告知期間に関する規定である。

2008年法第13条は、消費法典第 L.121-84条の新規定に言及している。第 L.121-84条は、電子通信に関するサービス契約に関する規定である。第 L.121-84-3条は、電子契約の中に履行の最低期間に関する条項を含む場合に請求書の中に契約期間を記載することなどを定める。

2008年法第14条は、消費法典第 L.121-84条の新規定に言及している。第 L.121-84条は、電子通信に関するサービス契約に関する規定である。第 L.121-84-4条は、無料の最初の期間を含む主たる契約に付随するサービスの提供を有償で要求することの法的根拠を定める。

2008年法第15条は、郵便・電子通信法典第 L.35-2条第 1 段の新規定に言及している。第 L.35-2条第 1 段は、公衆サービスの義務に関する規定である。ユニバーサルサービスの提供を保証するためにユニバーサルサービスの各部分の運営者を指名することが可能であるとする。また、郵便・電子通信法典第 L.35-3条第 2 項の最後から 2 番目の段落の文言の削除がなされた。

2008年法第16条は、消費法典第 L.121-84条の新規定に言及している。第 L.121-84条は、電子通信に関するサービス契約に関する規定である。追加さ

れた第 L.121-84-5条は、消費者に販売後のサービス、技術支援のサービス、その他のすべてのサービスを申し出る電子通信のすべてのサービス提供者に適用される規定などを定める。また、郵便・電子通信法典第 L.44条第 1 項第 1 段の新規定に言及している。第 L.44条第 1 項第 1 段は、番号の順序とアドレス指定に関する規定である。これに関連する一段落が挿入された。

2008年法第17条は、消費法典第 L.121-84条の新規定に言及している。第 L.121-84条は、電子通信に関するサービス契約に関する規定である。第 L.121-84-6条は、消費者に電子通信のサービスの申し込みを行う電子通信のすべてのサービス提供者に適用される規定などを定める。また、第 L.121-84-7条は、消費者に電子通信のサービスの申し出る電子通信のすべてのサービス提供者に適用される規定などを定める。電子通信及び郵便の規制機関がこれらの諸規定の影響評価書を作成することも規定している。

2008年法第18条は、消費法典第 L.121-84条の新規定に言及している。第 L.121-84条は、電子通信に関するサービス契約についての規定である。第 L.121-84-8条は、電話サービスと消費者宛ての請求書の作成の関係について規定している。郵便・電子通信法典第 L.34-8条の新規定に言及している。第 L.34-8条は、相互連結とネットワークのアクセスに関する規定である。第 L.34-8-2条は、電話サービスをする経営者による無償で電話を掛ける顧客に特定の番号を許可する相互連結の申込について定める。

2008年法第19条は、消費法典第 L.121-84条の新規定に言及している。第 L.121-84条は、電子通信に関するサービス契約についての規定である。第 L.121-84-9条は、電話情報の提供に関する料金表に違反した特別な通信料金の禁止について規定している。第 L.121-84-10条は、電話番号を提供した後で関係を保持する場合における消費者へのその料金表の情報提供に関する規定である。

2008年法第20条は、消費法典第 L.121-84-1条乃至第 L.121-84-10条と郵便・電子通信法典第 L.34-8-2条の施行時期、消費法典第 L.121-84-1条、第 L.121-84-2条、第 L.121-84-3条、第 L.121-84-4条、第 L.121-84-5条の遡及

適用、消費法典第 L.121-84-6条の契約条項の修正に対する遡及適用、消費法典第 L.121-84-7条の契約条項の修正に対する遡及適用に関して規定している。

2008年法第21条は、消費法典第 L.121-85条の新規定に言及している。第 L.121-85条は、電子通信に関するサービス契約についての規定である。消費者と非専門業者に対する適用に関する規定である。

2008年法第23条は、通貨・金融法典第 L.312-1-3条第 1 項第 1 段第 1 文の新規定に言及している。第 L.312-1-3条第 1 項第 1 段第 1 文は、紛争の解決を勧告する仲裁人を信用機関が任命することについて規定している。

2008年法第28条は、消費法典第 L.121-20-3条第 1 段の新規定に言及している。第 L.121-20-3条第 1 段は、金融サービスを対象としない契約に関係のある規定である。物またはサービスの提供者の履行期限の定め方と消費者の契約の解除についての規定である。

2008年法第29条は、消費法典第 L.121-18条第 1 号の修正に言及している。第 L.121-18条第 1 号は、金融サービスを対象としない契約に関係のある規定である。電話番号の文言の修正がなされた。また、消費法典第 L.121-19条の新規定に言及している。通信手段の費用負担の規定が追加された。さらに、2004年 6 月21日2004-575号法第19条第 2 号の電話番号の文言の修正が行われた。

2008年法第30条は、消費法典第 L.121-18条第 4 号の新規定に言及している。第 L.121-18条第 4 号は、金融サービスを対象としない契約に関係のある規定である。撤回権の存在・制限・不存在に関する規定である。

2008年法第31条は、消費法典第 L.121-20-1条の修正に言及している。第 L.121-20-1条は、金融サービスを対象としない契約に関係のある規定である。修正された第 1 文は、契約が撤回された場合における金銭の返還に関する規定である。同じく第 2 文は、金銭の返還方法に関する規定である。

2008年法第32条は、第28条、第29条、第30条、第31条の施行時期に関する規定である。

2008年法第33条は、消費法典第 L.136-1条の最終段の新規定に言及している。第 L.136-1条の最終段は、契約の更新に関する規定である。消費者及び非専門業者に対する適用の文言を追加した。

2008年法第34条は、消費法典第 L.141-4条の新規定に言及している。第 L.141-4条は、係官の権限及び裁判上の訴えに関する特別規定である。裁判官の職権に関する規定が追加された。

2008年法第35条及び第36条は、憲法第38条に基づく行政命令 (ordonnance) に関する諸規定である。

2008年法第37条は、消費法典第 L.218-1条の修正に言及している。第 L.218-1条は、行政的取締りの措置に関する一般規定である。第 L.218-1条を含む条文のタイトルを審査権としたことや、第 L.218-1-1条の挿入が指摘されている。第 L.218-1-1条は、第 L.215-1条の係官の権限について規定している。

2008年法第38条は、消費法典第 L.218-2条乃至 L.218-5-2条に関して言及している。これらの条項のタイトルを新たに「施設・生産物・サービスに関する措置」としている。

また、第 L.218-5-1条の新規定に言及している。第 L.218-5-1条は、第 L.215-1条の係官がサービスの提供が現行規定に合致してないことを確認した場合における命令等に関する規定である。

さらに、第 L.221-6条の新規定に言及している。第 L.221-6条は、予防措置に関する規定である。サービスの提供に重大で直接的な危険がある場合における知事または警視總監の緊急措置等に関する規定である。

2008年法第39条は、消費法典第 L.120-1条の新規定に言及している。第 L.120-1条は不誠実な取引慣行に関する前章で、不誠実な取引慣行の禁止に関する規定である。

また、消費法典第 L.121-1条乃至第 L.121-15-4条の新規定に言及している。このタイトルを「誤解を与える取引慣行と広告」としている。この内の第 L.121-1条乃至第 L.121-7条のタイトルを「誤解を与える取引慣行」として

いる。

第 L.121-1 の新規定に言及している。第 L.121-1 条第 1 項及び第 2 項は、取引慣行が誤解を与えると評価される条件を規定している。第 L.121-1 条第 3 項は、第 1 項が専門業者にも適用されることを規定する。

第 L.121-2 条第 1 段第 2 文の新規定に言及している。係官が取引慣行の責任者に要求できる権限に関する規定である。

第 L.121-3 条第 1 段第 1 文の新規定に言及している。広告の言葉を誤解を与える取引慣行に代えることを宣言している規定である。

第 L.121-5 条及び第 L.121-6 条の新規定に言及している。第 L.121-5 条は、誤解を与える取引慣行を行った者の責任について規定している。第 L.121-6 条は、第 L.121-1 の規定違反に対する刑罰について規定している。

第 L.121-7 条第 2 段の新規定に言及している。第 L.121-7 条第 2 段は、広告の言葉を取引慣行に代えるとする。

第 L.121-8 条乃至第 L.121-15-3 条の新規定に言及している。第 L.121-8 条乃至第 L.121-15-3 条は、広告というタイトルを付けられた。

第 L.121-15-2 条の新規定に言及している。第 L.121-15-2 条は、誤解を与える広告ではなくて誤解を与える慣行に代えた。

さらに、消費法典第 L.122-1 条乃至第 L.122-15 条の修正に言及している。第 L.122-1 条乃至第 L.122-15 条は、不法な取引慣行に関する諸規定である。

第 L.122-6 条第 2 号の新規定に言及している。第 L.122-6 条第 2 号は、参加を募り代償を支払わせて後続の参加者の増加に伴って金銭上の利益を期待させる提案に関する規定である。

第 L.122-11 条乃至第 L.122-15 条の新規定に言及している。第 L.122-11 条乃至第 L.122-15 条は、攻撃的な取引慣行に関する諸規定である。

第 L.122-11 条は、攻撃的な取引慣行と評価される条件を規定している。第 L.122-12 条は、攻撃的な取引慣行を行った場合における刑罰に関する規定である。第 L.122-13 条は、第 L.122-12 条に基づき責任のある自然人の取引行為の禁止に関する規定である。第 L.122-14 条は、第 L.122-12 条に基づ

き責任のある法人の刑罰に関する規定である。第 L.122-15条は、攻撃的な取引慣行に基づく契約の無効に関する規定である。

消費法典第 L.141-1条乃至第 L.142-1条の修正に言及している。第 L.141-1条乃至第 L.142-1条は、係官の権限と裁判上の訴えに関する規定である。

第 L.141-1条第 1 項の新規定に言及している。第 L.141-1条は、規定違反の条件に関する規定である。その条件は第 1 号乃至第 8 号に定められている。

第 L.141-2条第 1 段の新規定に言及している。第 L.141-2条第 1 段は、消費者への情報提供と契約の形成に関する諸規定及び借金に関する諸規定の違反や第 L.121-1条違反の場合における競争及び消費に関する行政機関の権限を定めている。

2004年 6 月21日の2004-575号法第19条の最後から 2 番目の段落の第 2 文及び第20条第 2 段の修正に言及している。すなわち、誤解を与える広告から誤解を与える取引慣行への変更である。

2008年法第40条は、憲法第38条に基づく法の適用に関する政府の行政命令 (ordonnance) に言及している。第40条は、海外に関する諸規定である。

前述したように、2008年法は、商事法典、社会保障法典、旅行法典、消費法典、郵便・電子通信法典、通貨・金融法典に関する改正条項である。したがって、2008年法は、域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に限定されるものではない。不公正な取引慣行に関するものは、主として商事法典及び消費法典で規定されている。フランスでは、オーストリア及びドイツのような個別の不正競争防止法が存在するわけではないと言えるであろう。

4. 6. 2. 3. 3. 4 イギリス法

2008年の不公正な取引からの消費者保護に関する規則は、⁽¹⁷⁶⁾域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令の制定以後に成立したものである。

当該規則は、オーストリア及びドイツと同様に、個別的な不正競争防止法

に相当する。しかし、フランスのような法形式ではないと判断できる。以下において、当該規則の内容を概観しておくことにする。

当該規則第1部一般規定における第1条は、当該規則の略称と施行時期に関する規定である。

第2条第1項は、平均的消費者、事業、行為規範、行為規範の保持者、取引慣行、消費者、実施機関、物品、購入の勧誘、経済行為を著しく歪めること、公正取引局、敷地等、商品、専門的注意義務、船舶、事業者、取引上の決定に関する定義規定である。

第2条第2項は、平均的な消費者に対する取引慣行の効果の決定の場合において平均的な消費者の主要な特徴を考慮すべきことを定める。その際に取引慣行が1人の消費者または複数の消費者に対してなされている場合とする。後述する特定のグループの消費者の平均的メンバーではない。

第2条第3項は第4項及び第5項の前提となる注意的な規定で、平均的な消費者の中に特定のグループの消費者の平均的メンバーを含むことを述べている。

第2条第4項は、第2条第3項を受けて、平均的な消費者に対する取引慣行の効果の決定の場合において、この平均的な消費者は特定のグループの消費者の平均的メンバーと見なすことを定めている。その際に、取引慣行が特定のグループの消費者に対して行われていることを前提条件とする。第2条第2項と異なり、取引慣行が1人の消費者または複数の消費者に対してなされている場合ではない。

第2条第5項は、第2条第3項を受けて、明らかに確認できるグループの消費者が精神的または肉体的疾患・年齢・軽信性により被害を受けやすい弱者である場合で、このことを事業者が合理的に予見でき、かつ、取引慣行が

(70) 2008 No.1277 Consumer Protection, The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008.

(<https://webgate.ec.europa.eu/ucp/public/index.cfm?event=public.country.viewFile&lawID=23&languageID=EN>)

そのグループの経済行為を著しく歪める場合における平均的な消費者に対する取引慣行の効果の決定基準として、この平均的な消費者が特定のグループの消費者の平均的メンバーと見なすとするのである。この場合も、第2条第2項と異なり、取引慣行が1人の消費者または複数の消費者に対してなされている場合ではないのである。

第2条第5項については、第2条第6項で留保条件が規定されている。すなわち、文字通り受け止められない普通で正当な誇大広告を許さないものではないとする。

当該規則第2部禁止規定における第3条は、不公正な取引慣行の禁止に関する規定である。第3条第1項は、不公正な取引慣行の禁止を明言している。第3条第2項は、第3項及び第4項の予告をしている。実質的な規定は、第3条第3項及び第4項である。両者は不公正の判断基準を示している。

第3条第3項の基準は、専門的注意義務の条件に違反することと、商品に関する平均的消費者の経済行為を著しく歪める可能性があることである。この基準と次の第4項の基準との関係は条文からは明瞭でない。

第3条第4項の基準は、第5項の誤解を与える行為、第6項の誤解を与える不作為、第7項の攻撃的な行為、付属書Iのリストに掲載されている行為である。

第4条は、行為規範の保持者による不公正な取引慣行の助長を禁止するものである。第3条とは不公正な取引慣行を行う主体が異なる。

第5条は誤解を与える行為に関する規定で、第1項は第2項または第3項のいずれかの条件の充足を誤解を与える行為の判断基準としている。

第5条第2項は、第4項の事柄に関する誤った情報提供、または、平均的な消費者を騙していることで、これらのいずれかによって平均的な消費者が取引の決定をした因果関係があることを条件とする。

第5条第2項と選択的な条件として、第5条第3項の条件が存在する。この条項によれば、他の商品や商標等と混同を生じさせ、または、行為規範に拘束されることを示し行為規範にある責務が確かで証明でき願望の対象でな

いことを前提条件としてその責務に従っておらず、これらのいずれかによって平均的な消費者が取引の決定をした因果関係があることを条件としている。

第5条第4項は、第2項にあった第4項の事柄に関する規定である。商品の存在または性質等の11個の事柄を列挙している。

第5条第5項は、第4項(b)の商品の主要な特徴について商品の利便性等の18個の要素を列挙している。

第5条第6項は、第4条(i)の事業者の特質・属性・権利について身元等の8個の要素を列挙している。

第5条第7項は、第4条(k)の消費者の権利について他の法律の権利を指摘している。すなわち、1979年の物品売買法第5A部や1982年の物品サービス供給法第1B部である。

第6条は誤解を与える不作為に関する規定で、第1項は取引慣行が誤解を与える不作為になる条件を規定している。この条項によれば、重要な情報の省略、重要な情報の秘匿、不明瞭で理解不能で曖昧なまたは時期を失した重要な情報の提供、諸事情から明らかでない場合に取引の意図を確認しないことの4個の条件を挙げ、これらのいずれかによって平均的な消費者が取引の決定をした因果関係があることを条件としている。ここで言う情報の対象は、第2項で規定する事柄である。

第6条第2項は、第1項で指摘されている事柄について取引慣行の特徴及び事情のすべてなどの3個の事柄を定めている。

第6条第3項は、第1項で指摘されている重要な情報の意味について規定している。この重要な情報は二つの観点から捉えられている。すなわち、情報の提供を受けたうえで取引上の決定を行うのに不可欠なもので、取引上の伝達に関連して適用される情報の必須条件である。これらの2個の性質を兼ね備える必要がある。

第6条第4項は、購入の勧誘の場合に限定して第3項の重要な情報に値するもののほかに、商品の主要な特徴などの7個の情報が重要な情報であるとする。

第7条は攻撃的な取引慣行に関する規定で、第1項は攻撃性の基準を規定している。すなわち、ハラスメント・強制・不当な影響力によって当該商品に対する平均的な消費者の選択自由または行動の自由を著しく損なう可能性があつて、しかもこれによって平均的な消費者が取引の決定をした因果関係があることを条件としている。

第7条第2項は、第1項に規定されているハラスメント・強制・不当な影響力の有無に関する5個の判定基準を規定している。第7条第3項は、強制と不当な影響力に関する定義規定である。

第3部は、犯罪に関することを規定している。第8条乃至第12条は、不公正な取引慣行に関する犯罪に関する諸規定である。

第8条は、第3条第3項との関連で犯罪となる場合を規定する。第9条は、第5条との関連で犯罪となる場合を規定する。第10条は、第6条との関連で犯罪となる場合を規定する。第11条は、第7条との関連で犯罪となる場合を規定する。第12条は、付属書Ⅰの第1号乃至第10号、第12号乃至第27号、第29号乃至第31号との関連で犯罪となる場合を規定する。

第13条は、第8条乃至第12条の犯罪をした者に対する刑罰を定めている。第14条は、刑事訴追の期限を定める。第15条は、組織犯罪に関する規定である。第16条は、他人の犯罪に対して本人が犯罪の責任を有する場合を規定する。この犯罪は、第9条乃至第12条に関するものである。第17条は、第9条乃至第12条の犯罪に対する適正な注意義務を尽くしたとの抗弁に関する規定である。第18条は、広告の公表による第9条乃至第12条の犯罪に対する無実の抗弁に関する規定である。

第4部は、法の実施に関する諸規定からなる。第19条は、法の実施に関する実施機関の義務について規定している。第20条は、実施機関による商品の試験的な購入に関する規定である。

第21条は、実施機関の事務官による物品の検査や建物への立ち入りなどを規定している。第22条は、治安判事の令状に基づく実施機関の事務官の建物への立ち入りを定めている。

第23条は、実施機関の事務官の行為を妨害する者に対する刑罰に関する規定である。第24条は、実施機関の事務官が購入した物品が試験の対象となつて法的手続きが開始された場合における対象者に対する試験結果の通知義務に関する規定である。

第25条は、実施機関の事務官による物品の押収と保留によって物品に利害を有する者に損害を与えた場合における補償金の支払いに関する規定である。

第26条は、2002年企業法第8部の適用に関して、付属書13の第9B項の後に第9C項を新たに規定した。域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令が指摘されている。

第27条は、2002年企業法第218条の後に不公正な取引慣行に関する請求の証明の規定を置いた。域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令の違反に関する執行命令及び暫定的執行命令が下された場合における適用条項である。

第5部は、補充規定からなる。第28条は、第21及び第22の規則による権限の行使に対する例外を定めている。

第29条は、合意の有効性に関する規定である。第30条は、修正・破棄・経過・保留に関する規定である。

当該規則には、付属書が4個ある。付属書Iが不公正と判断される取引慣行に関するもので、域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令にある付属書Iに対応するものである。

付属書IIは修正に関するもので、法律・命令等の修正を定めている。付属書IIIは、経過・保留規定である。付属書IVは、法律の廃止に関する規定である。

当該規則に関連して、2008年の誤解を与える取引からの事業者の保護に関する規則が制定された。

4. 6. 2. 3. 4 誤解を与える比較広告に関する2006年の指令

域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の

指令と並んで、2006年に誤解を与える比較広告に関する指令が成立した。⁽¹⁷⁷⁾ 当該指令と他の指令を比較するために、当該指令の内容を概観しておくことにする。

第1条は、当該指令の2個の目的を定めている。すなわち、誤解を与える広告およびこれによって生じた不公正な結果から事業者を保護すること、比較広告が許される条件を定めることである。したがって、誤解を与える広告と比較広告は別の条件で評価されることになる。

第2条は定義規定で、広告、誤解を与える広告、比較広告、事業者、規範保持者について定義している。

第3条は誤解を与える広告の判断基準に関する規定で、物品またはサービスの特徴、価格・価格の計算方法、物品またはサービスの提供の条件、広告者の性質・属性・権利を挙げている。

第4条は比較広告の許容基準に関する規定で、当該指令の第2b条・第3条・第8条第1項や域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令第6条及び第7条の基準、同一の必要や同一の目的の観点から比較すること、価格を含めて物質的・相対的・証明可能な・典型的な特徴の客観的な比較、商標・商号その他のマークなどの信用の毀損または軽視、同じ生産地の名称を付けること、商標・商号その他のマークや生産地の名称の不公平な扱いをしないこと、商標または商号を有する物品またはサービスの模倣または複製したものを提供しないこと、事業者間の混同・広告者と競争者間の混同・広告者の商標・商号その他のマーク等の混同の回避を基準として挙げている。

第5条第1項は、誤解を与える広告の撲滅の手段と比較広告の規定の遵守のための手段に関する規定である。これらの手段には、そのために正当な利

(177) Directive 2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 concerning Misleading and Comparative Advertising (codified Version) (Text with EEA relevance).

(<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32006L0114:EN:NOT>)

益を持つと人または団体が構成国法の下で考える法的手段が含まれるとする。この法的手段とは、広告に対する訴訟の提起と、行政機関に対して広告に関する苦情の決定や適切な法的手続きの開始のために広告を持ち出すことである。

第2項は、第1項で指摘した広告に対する訴訟の提起と、行政機関に対して広告に関する苦情の決定や適切な法的手続きの開始のために広告を持ち出すことのいずれを利用するのか、第6条の手段を含めて裁判所または行政機関が苦情を処理する他の手段に訴えることを要求できるのか否か、についての選択権を構成国に認めている。その他に構成国に選択権があるのは、当該法的手段によって多くの事業者を個別的または一緒に訴えることができるのか否かと、規範保持者に対して訴えることができるのか否かであるとする。

したがって、第1項及び第2項から構成国の選択権による法の多様性が生ずる余地があると言える。

第3項は第1項及び第2項を受けて、構成国が裁判所または行政機関に与える権限を定めている。すなわち、誤解を与える広告または不法な比較広告の中止命令またはそのための法的手続きの実施に関する権限、または、当該広告の公表の禁止命令またはそのための法的手続きの実施に関する権限である。両方ではなく、いずれかの権限を構成国が選択できる。誤解を与える広告または不法な比較広告の中止命令またはそのための法的手続きの実施に関する権限については、損害・故意・過失の立証が必要なく、構成国は暫定的効果または確定的効果を持つ簡易手続きによる措置を定めることができるとする。

第4項は第3項と同様に、構成国が裁判所または行政機関に与える権限を定めている。これは誤解を与える広告または不法な比較広告の継続効果を除去するためである。その権限とは、その中止のための最終決定の公表を要求する権限と、加えて訂正の内容の公表を要求する権限である。両者とも可能であるが、その中止のための最終決定の公表を要求する権限が第一次的なものである。

第5項は、行政機関に対して広告に関する苦情の決定や適切な法的手続きの開始のために広告を持ち出すことに関する行政機関の義務を定めている。たとえば、公平さ、苦情の決定において決定の遵守に関するモニターと実施のための適切な権限、決定の理由の開示であるとする。

第6項は、第3項及び第4項における行政機関の権限行使に関する決定の理由の開示についての規定である。不適切なまたは不合理な当該権限の行使の場合における手続きの制定についても言及している。

第6条は、構成国の自己規制機関による自発的なコントロールや自己規制機関への訴えに関する規定である。これは追加的な措置である。

第7条は、第5条との関連で構成国が裁判所または行政機関に与える権限についての規定である。当該権限は、広告主に要求するもので広告における事実に関する要求の正確さについての証拠の提供に対する権限と、事実に関する要求を不正確であると判断する権限である。両方とも裁判所または行政機関に与える権限である。

第8条は、第1項で誤解を与える広告に限定して事業者と競争者のための保護の拡大を可能としている。

第2項は当該指令と広告に関する他の共同体法との相互関係についての規定で、他の共同体法を侵害することなく当該指令が適用されるとする。

第3項は、比較広告に限定して構成国の広告禁止の措置を当該指令によって広告を許容するように変更するものではないとする。当該禁止が特定のメディアに限定されていれば、その他の部分で当該指令が適用されるとする。

第4項は、専門的な活動における広告の比較方法の禁止または制限に関する構成国の措置を許容している。

第9条は、欧州委員会への構成国法の報告義務に関する規定である。第10条は、1984年の誤解を与える広告に関する指令の破棄についての規定である。第11条は、当該指令の施行時期に関する規定である。第12条は、当該指令の名宛人に関する規定である。

4. 6. 2. 3. 5 誤解を与える比較広告に関する2006年の指令と他の指令等との関係

前述した内容を持つ誤解を与える比較広告に関する2006年の指令は他の指令と重なる場合があるので、その相互関係が問われることになる。

すでに誤解を与える比較広告に関する2006年の指令の付属書 I で⁽¹⁷⁸⁾、3個の他の指令の破棄に関する記述がある。たとえば、1984年の誤解を与える広告に関する指令と比較広告を含めるための1984年の誤解を与える広告に関する指令の改正に関する1997年の指令は破棄されることになった。さらに、域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令第14条が破棄されることになった。

誤解を与える比較広告に関する2006年の指令の制定以前に、すでに域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令が制定されていた。不公正な取引慣行の中に誤解を与える広告と比較広告を含むことができるので、それらの相互関係も問われることになる。

域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令は、誤解を与える広告に関する部分について事業者間では適用されない。したがって、誤解を与える比較広告に関する2006年の指令は事業者間で適用されると理解されている。ただし、比較広告に関する部分については、誤解を与える比較広告に関する2006年の指令も事業者と消費者間で適用されるとするのである。⁽¹⁷⁹⁾

(178) Directive 2006/114/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 concerning Misleading and Comparative Advertising (codified Version) (Text with EEA relevance), Annex I.
(<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32006L0114:EN:NOT>)

(179) 欧州連合のホームページ
(http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/unfair-trade/false-advertising/index_en.htm)

4. 6. 2. 3. 6 消費者に提供される商品の価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令

1998年に消費者に提供される商品の価格の表示における消費者保護に関する指令が成立した。⁽¹⁸⁰⁾当該指令と他の指令を比較するために、当該指令の内容を概観しておくことにする。

当該指令第1条は目的規定で、消費者への情報の提供と価格の比較を目的としている。そのために売買価格の表示と商品の測定単位ごとの価格の表示を事業者に義務づけている。

第2条は定義規定で、売買価格、単位価格、包装しないで売られる商品、事業者、消費者について定義している。

第3条は、第1項で売買価格と単位価格が表示される対象物や条件を規定している。第1条で言うあらゆる商品が対象で、単位価格は第5条に準拠して表示される。単位価格の表示が必要ない場合は、売買価格と同じ場合であるとする。

第2項は、第1項を適用しなくてもよい場合として、サービスの提供の過程で供給された商品と、競売・芸術作品及び骨董品の売買を挙げている。

第3項は包装しないで売られる商品に関する特則で、単位価格だけの表示を義務づけている。

第4項は、売買価格に言及する広告に第5条による単位価格の表示を義務づけている。これは売買価格と単位価格の両者の表示を求めるものである。

第4条は第1項で、売買価格と単位価格の表示の明瞭性・確認可能性・判読可能性を義務づけている。価格の表示の数の制限も定める。

第2項は、単位価格を量で示すことを規定している。その際に包装された商品に対する正味の重量と正味の固形量の表示が要求された場合に、正味の

(180) Directive 98/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on Consumer Protection in the Indication of the Prices of Products offered to Consumers.

(<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31998L0006:EN:NOT>)

固形量の単位価格で良いとする。

第5条は、第1項で単位価格の表示義務の回避に関して規定する。この場合に商品の性質・目的や混同の可能性が斟酌されている。

第2項は、非食料品の場合における特則である。すなわち、単位価格の表示が必要な商品または商品カテゴリーのリストの規定である。

第6条は、商品に直接アクセスできず商品の数量などを理由にして単位価格の表示義務が過度な負担となる場合における特則を定める。この場合には単位価格の表示義務がないとすることができる。これは小規模な小売業者が対象となる。

第7条は、当該指令に基づく構成国法の周知に関する規定である。第8条は、当該構成国法の違反に対する刑罰や実施措置に関する規定である。

第9条は、第1項で食料品の価格の表示における消費者保護に関する1979年の指令と非食料品の価格の表示における消費者保護に関する1988年の指令の修正についての1995年の指令の9年間の経過期間の延長に関して規定する。

第2項は、食料品の価格の表示における消費者保護に関する1979年の指令と非食料品の価格の表示における消費者保護に関する1988年の指令の効力を2000年3月17日までとする。

第10条は、当該指令よりも水準の高い消費者への情報提供及び価格の比較について構成国法に委ねている。

第11条は、当該指令に適合した構成国法の実施期限を2000年3月18日に設定している。この日から構成国法の効力が生ずる。構成国は欧州委員会に構成国法を知らせる義務を持ち、構成国法には当該指令への言及を要するとする。第8条の言う当該構成国法の違反に対する刑罰も知らせる義務があるとする。

第12条は、2000年3月18日以後の3年以内に当該指令、特に第6条の適用に関する報告書を提出する義務を欧州委員会に課している。報告を受けた欧州議会と欧州理事会は、第6条の再検討と欧州委員会の提案の3年以内の措置をする必要があるとする。

第13条は、当該指令の施行時期を定める。第14条は、当該指令の名宛人を規定している。

4. 6. 2. 3. 7 消費者に提供される商品の価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令と他の指令等との関係

4. 6. 2. 3. 7. 1 他の指令との関係

消費者に提供される商品の価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令は、消費者に情報を与え適切な決定の機会を確保するという点で域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令に類似の性格を持っている。

誤解を与える比較広告に関する2006年の指令は、誤解を与える広告とこれによって生じた不公正な結果から事業者を保護することと、比較広告が許される条件を定めることを目的として詳細な規定を定めていた。他方で、消費者に提供される商品の価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令は、広告に売買価格が表示されていた場合における単位価格の表示について規定していた。このように部分的に重なる場合が存在する。

4. 6. 2. 3. 7. 2 当該指令の再検討

4. 6. 2. 3. 7. 2. 1 消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令の評価

1998年に消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する指令に対する評価書が公表された。⁽¹⁸¹⁾

当該評価書のテーマは、目次に示されているように、小売りの分野の状況、法律の実施の評価、第6条の適用制限条項の利用に関する評価、小規模な小

(181) EIM Business & Policy Research, Mrs. Jacqueline Snijders/ Mr. Micha van Lin/ Ms. Jolanda Hessels, Appraisal of Directive 98/6/EC on Consumer Protection in the Indication of Unit Prices of Products offered to Consumers, Final Report, 2004. (http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/price_ind/disclaimer_en.pdf)

売業者に対する単位価格の影響、消費者に対する影響である。

当該報告書の中で当該指令の条文について述べている点を挙げると、第3条が第1項で売買価格と単位価格の表示される対象物や条件を規定しているが、第2項が第1項を適用しなくてもよい場合として、サービスの提供の過程で供給された商品と、競売・芸術作品及び骨董品の売買を規定している。これら的一方または両方を適用除外として採用している構成国が多いとする。単位価格の表示の困難さや利益がないことや頻繁に売れるものでないことを理由とする。しかし、第2項の拡張は期待されておらず、現状で良いとする。

サービスに単位価格を付けることはごく少数の構成国を除いて行われていないが、消費者の満足のためにサービスへの単位価格の導入が必要であると

する。

第4条第1項における売買価格と単位価格の表示の明瞭性・確認可能性・判読可能性の部分について、構成国のすべてで国内法に置き換えられているが、さらに厳格の基準を導入した構成国があるとする。しかし、もう1つの価格の表示の数の制限については、構成国ごとに分かれていた。ごく少数の構成国だけがこの方法を導入したとする。誤解を招くことを避けて読みやすさの観点からこの方法に賛成する意見がある一方で、多くの情報が多くの保護になるとする観点からこの方法に反対する意見もあるとする。したがって、この方法の採否につき構成国ごとに委ねるのが良いとする。

第5条第1項における単位価格の表示義務の回避と第2項における非食品の場合における特則の扱いに関して、構成国ごとに分かれるが、単位価格の表示義務から除くネガティブな商品リストの制定方法が多いとする。個々の構成国の規制の自由度を斟酌して、現行の第5条の規律が良いとする。

第6条の適用制限条項の利用について、構成国ごとに分かれている。この適用除外を事業者と消費者の観点から正当化する意見がある一方で、適用除外に反対する根拠を消費者の利益に置く意見があるとする。

第6条の適用制限条項の利用に関連して、小規模事業者の定義が問われていた。たとえば、雇用や技術力が基準とされていた。この定義は構成国に委

ねられているが、越境取引の場合には統一的な定義が必要であるとする。「小規模」の範囲を狭めるためにも、統一的な定義が必要であるとするが、「小規模」の内容の定義は困難であるとする。本当に小規模な事業者だけに適用除外の恩恵を与えることが望ましいとする点では一致しているようである。単位価格の表示から生ずる小規模な小売業者の管理費用の負担が問題となっている。

単位価格の表示に関する当該指令の遵守について、一部の研究によればその不履行が指摘されているが、当該評価書によればその履行がなされているとする。この点に相違がある。

当該評価書の作成時点で、これ以上の調和化や当該指令の実施時期や実務経験を斟酌して当該指令の変更の必要性がないとしている。

4. 6. 2. 3. 7. 2. 2 消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令の実施に関する欧州委員会の文書

消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令の実施に関する欧州委員会の文書は、⁽¹⁸²⁾域内市場の障害を生じさせていないとして法改正の提案をしていない。ただし、当該文書の付属書に挙げられている問題点の検討を経て、新たな立法措置を検討する余地があるとする。

当該指令は問題なく構成国法への置き換えがなされ、消費者保護に寄与しているとする。当該指令には選択条項があるので、構成国法に相違点が生ず

(182) Commission of the European Communities, Communication from the Commission to the Council and the European Parliament on the Implementation of Directive 1998/6/EC of the European Parliament and of the Council of 16 February 1998 on Consumer Protection in the Indication of Prices of Products offered to Consumers, Brussels, 21.6.2006 COM(2006) 325 final.
(http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/price_ind/comm_21062006_en.pdf)

る場合があるが、その他の点は一致しているとする。

たとえば、構成国の自由裁量のある領域で当該指令よりも厳格な規律を設けたのは、消費者への情報提供や価格の比較の場合であるとする。それ故、当該指令第10条は、改正の余地があるとする。

また、単位価格の表示義務の回避についても構成国で相違があるとする。この点の調整が必要であるとする。さらに、小規模事業者への影響の観点から第6条の検討を促している。

4. 6. 2. 3. 7. 2. 3 消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令に関する協議のための回答の要旨

消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令に関する協議のための回答の要旨は、⁽¹⁸⁹⁾前述した消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令の実施に関する欧州委員会の文書の付属書に挙げられていた質問事項に対する回答である。

当該指令第3条第2項の維持について、売買価格または単位価格の表示の必要がなく、第3条第2項を維持する意見が多いとする。競売の物品だけに限定する意見や、逆に適用除外の範囲を拡張する意見もあるとする。

単位価格を表示する義務のある商品について、当該指令第5条第1項の実施のための共通のルール策定や、商品の積極的リストまたは消極的リストの作成が指摘されている。後者はリストに挙げる商品の見落としや更新等の問題点が挙げられている。その他に、単位価格を付ける商品を表示する明確な基準の策定、商品及びサービスの定義と排除の事例を示す方法、現状維持等の意見が出されていたとする。

(189) Working Document of the European Commission, Summary of Responses to the Consultation on the Price Indication Directive (COM(2006) 325 final). (http://ec.europa.eu/consumers/rights/pc_sSummary_04102007.pdf)

当該指令第3条第4項の広告に関するルールの維持について、当該指令第3条第4項と域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令第7条第5項の関係を斟酌して現状維持で良いとする意見と否定する意見があるとする。域内市場における事業者と消費者間の不公正な取引慣行に関する2005年の指令だけでは足りないとして現状維持でよいとする意見や、第3条第4項を破棄して食品広告に価格表示しないとする意見が紹介されている。

当該指令第6条の小規模小売事業者のための適用除外について、当該適用除外を排除または拡張する意見が多いとする。当該適用除外を排除する意見は、小規模小売事業者の共通の定義を追及しているとする。当該適用除外を支持する意見には、当該適用除外を永続的なものにしたいたる立場があるとする。また、当該適用除外の範囲を狭めて少数の小規模事業者だけに限定する意見があるとする。

最低限度の調和条項の維持について、これを維持する意見が多く、完全調和に反対している。完全調和に賛成する意見もあるが、域内市場の適切な機能と消費者保護の維持を条件としている。さらに第10条の適用事例がないことや TEC95条に指令の法的基礎を変更することも理由に挙げている。

4. 6. 2. 3. 7. 3 構成国法の現状

消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令は構成国法に置き換えられた。オーストリア、ドイツ、フランス、イギリスに限定して、構成国法における具体的な法律と条項を概観しておくことにする。

4. 6. 2. 3. 7. 3. 1 オーストリア

消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令に対するオーストリア法について概観する。当該指令に対応するのは、価格表示法である。EC 消費者法概要における条文相互対応表によ

れば、当該指令と価格表示法の対応条文は以下ようになる。⁽¹⁸⁴⁾

価格表示法第1条は、当該指令第1条、第2条(d)、第2条(e)、第3条第2項に相当する。価格表示法第1条は、物の売買価格と基本価格の表示、サービスの価格の表示、飛行機旅行の価格の表示に対して適用される。しかし、別の法律で価格表示が規律されるサービスや、サービスに関連して提供される物に対しては適用されないとする。

価格表示法第2条第3項は、当該指令第3条第2項に相当する。価格表示法第2条は、第1項で物の価格を表示する場合の条件を規定し、第2項で模造品または見本が展示された場合の価格表示の仕方を規定する。これらの第1項及び第2項を受けて、第3項は第1項及び第2項の適用除外として競売、芸術作品、骨董品を挙げている。

価格表示法第3条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示法第3条は、サービスに価格を表示する場合の規則の制定に関する規定である。

価格表示法第4条第1項は、当該指令第4条第1項に相当する。価格表示法第4条第1項は当該指令第4条第1項と同様のことを規定しているが、自動販売機にある物に言及している個所が異なる。価格表示法第4条第2項は、第1項以外の物やサービスの価格表示の仕方として一覧表または目録を指摘している。

価格表示法第5条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示法第5条は、物とサービスの価格表示の仕方についての規則の制定に関するものである。営業所の内外での価格の読みやすさが求められている。

価格表示法第6条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示

(184) 欧州連合のホームページ

(http://ec.europa.eu/consumers/rights/cons_acquis_en.htm)

(http://www.eu-consumer-law.org/directives_en.cfm)

Bundesgesetz über die Auszeichnung von Preisen.

(<http://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung/Bundesnormen/10007216/PrAG%2c%20Fassung%20vom%2013.03.2012.pdf>)

法第6条は、料理と飲み物を提供する顧客営業者が行う価格表示の仕方を規定している。

価格表示法第7条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示法第7条は、宿泊を提供する顧客営業者が行う価格表示の仕方を規定している。

価格表示法第8条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示法第8条は、非公式の電話室または顧客にとって特定の電話室で会話をした場合における電話料金の計算の仕方や表示の仕方に関する規定である。

価格表示法第9条は、当該指令第2条(a)と第3条第1項に相当する。価格表示法第9条は、原則として税込価格の表示を行い、原価の表示を行う場合は税込価格も表示すべきとする。また、原則としてオーストリア通貨で表示し、外国通貨でも追加的に表示できるが、同じ文字の大きさで人目に付くように表示すべきとする。飛行機旅行の価格表示は、特別法によるとする。

価格表示法第10条は、当該指令第2条(a)、第2条(c)、第3条第1項、第5条第1項及び第2項に相当する。価格表示法第10条は、物の売買価格の表示方法、事前に包装され一人前に分けられた物の価格の表示方法、売買価格の表示が物やその被覆がなく自動読み取り機が利用される場合における取引の通常表示やその一般的に理解できる略語の表示、物のゴミ処理費用の表示について規定している。

価格表示法第10a条は、当該指令第2条(a)、第2条(b)、第3条第1項、第3条第3項、第4条第2項、第5条第1項及び第2項に相当する。価格表示法第10a条は、計量単位ごとの価格である基本価格に関する規定である。すなわち、体積・重量・長さ・面積で提供される物について売買価格と基本価格の両方の表示が必要である。両者が同じ場合は基本価格だけで良いとする。その他に、基本価格の表示が必要な場合は、消費者がいる場で測られて事前に包装されていない物や滴の重さが挙げられている物の場合である。計量単位の具体的な数字も示されている。

価格表示法第10b条は、当該指令第2条(a)、第3条第1項、第5条第1項

及び第2項、第6条に相当する。価格表示法第10b条は、前述した価格表示法第10a条の言う基本価格の表示を必要としない場合を規定する。これは、物の性格と企業の種類の観点からその表示を免除しているのである。

価格表示法第10c条は、当該指令第2条(a)、第3条第1項、第5条第1項及び第2項に相当する。価格表示法第10c条は、前述した価格表示法第10a条の言う基本価格の表示を必要としない食品または食品群の決定、食品以外の物や見本で提供される物の表示、価格表示法第10a条の計量単位以外の数量単位の決定、価格表示法第10b条で基本価格の表示を必要としない企業とは別の企業の決定に関する規則の制定に関して定めている。

価格表示法第11条は、当該指令第2条(a)、第3条第1項、第5条第1項及び第2項に相当する。価格表示法第11条は、サービスの価格の表示方法、旅の価格の表示方法、最低労働時間等の価格の表示方法、労働価格及び投入された労働者の量または数量の表示、事業者が加工用に貸し出した材料の価格及び委任者が加工用に貸し出した材料の価格の表示を規定する。

価格表示法第12条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示法第12条は、外国の旅行カタログとパンフレットには外国通貨での価格とオーストリア通貨の換算のための為替相場の表示を必要とすることや、外国における買い物を宣伝する者に価格の他に輸入税等の表示を義務づけている。

価格表示法第13条は、当該指令第3条第4項に相当する。価格表示法第13条は、第9条乃至第12条の適用範囲の拡大に関する規定である。宣伝・カタログ・パンフレットで表示される価格とサービスの宣伝などにも拡張されるとする。

価格表示法第14条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示法第14条は、第4条、第6条乃至第8条と異なる仕方や第9条乃至第13条と異なる内容の決定に関する規則の制定について規定している。

価格表示法第15条は、当該指令第8条に相当する。価格表示法第15条は、第1条、第2条、第4条、第6条乃至第13条や規則に違反して価格表示義務を履行せず、表示価格よりも高い価格を要求した者などに対する刑罰などを

規定している。

価格表示法第16条は、当該指令第8条に相当する。価格表示法第16条は、価格表示義務の履行の監視や行政罰の実施に関する責任主体を規定している。

価格表示法第17条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示法第17条は、価格表示法の施行時期等を定めている。

価格表示法第18条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示法第18条は、1973年営業法の第73条第2項及び第3項、第202条、第368条9号の廃止に関する規定である。

価格表示法第19条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示法第19条は、経過規定である。

価格表示法第20条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示法第20条は、実施規定である。

価格表示法第21条は、当該指令第11条に相当する。価格表示法第21条は、消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令のオーストリア法への置き換え規定である。

価格表示法には消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令に対応する部分があるが、しかし価格表示法に対応する規定が当該指令にない場合もある。この点は価格表示法がオーストリアの国情に適合させ、しかも当該指令よりも詳細に規定していると評価できる部分である。

4. 6. 2. 3. 7. 3. 2 ドイツ

消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令に対するドイツ法について概観する。当該指令に対応するのは、価格表示規則、経済刑法の簡素化に関する法律、秩序違反法、不正競争防止法である。EC消費者法概要における条文相互対応表によれば、当該指令と価格表示規則、経済刑法の簡素化に関する法律、秩序違反法、不正競争防止法の対応条文は以下ようになる。⁽¹⁸⁵⁾

なお、価格に関するその他の法律として、価格表示法、価格の形成及び価格の監視に関する経過法、原価の調査のための指導原則、価格統計法、価格統計法の実施に関する規則、第2価格統制解除法、公務における価格に関する規則、金銭債務の特定における価格条項の利用の禁止に関する法律などがある。価格表示規則と価格表示法とは異なる。

価格表示規則第1条は、当該指令第2条(a)、第2条(d)、第3条第1項、第3条第2項、第4条第1項に相当する。価格表示規則第1条は、第1項で消費者に対し物またはサービスを提供し物またはサービスの提供者として価格を示して宣伝する者に対する価格の表示について規定している。この価格表示は、売上税その他の価格の構成要素を含み、価格に関連する売買単位・サービス単位・品質も表示し、価格の交渉の用意のあることを表示するという詳しい内容を要する。

価格表示規則第1条第2項は、遠隔地契約の締結のために物またはサービスを提供する者に対して第1項と第2条第2項の追加として表示される事項を規定する。すなわち、価格に売上税その他の価格の構成要素を含むことや引渡・発送費用の有無である。引渡・発送費用を含む場合は、その金額の高さと詳細の計算方法の表示をすることになる。

価格表示規則第1条第3項は、サービスの場合における第1項第1文とは異なる計算レートの表示に関する規定である。この計算レートは、売上税を

(105) 欧州連合のホームページ

(http://ec.europa.eu/consumers/rights/cons_acquis_en.htm)

(http://www.eu-consumer-law.org/directives_en.cfm)

Preisangabenverordnung.

(<http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/pangv/gesamt.pdf>)

Gesetz über Ordnungswidrigkeiten.

(http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/owig_1968/gesamt.pdf)

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb.

(http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/uwg_2004/gesamt.pdf)

Gesetz zur weiteren Vereinfachung des Wirtschaftsstrafrechts.

(http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/wistrg_1954/gesamt.pdf)

含むすべての要素を入れたもので材料費も入るので、詳細に表示されることになる。

価格表示規則第1条第4項は、物またはサービスの料金と返済される保証金の金額の高さの表示に関する規定である。

価格表示規則第1条第5項は、修正の留保付きの価格の表示が許容される3個の場合を規定している。たとえば、4か月を超える引渡・給付期限のある物またはサービス、継続的債権関係において給付される物またはサービス、旅行主催者がパンフレットの中に価格の修正を留保していた場合を挙げている。

価格表示規則第1条第6項は、価格表示の一般的基準を定めている。たとえば、一般的取引観念や価格の明瞭性及び真実性の原則である。この一般的基準に従った価格表示を申込または宣伝に入れること、容易に認識できること、明瞭に読めること、十分に気付かせることという相手方への認識方法に言及している。細分化された価格の場合における最終価格の表示も定めている。

価格表示規則第2条は、当該指令第2条(b)、第2条(c)、第3条第1項、第3条第3項、第3条第4項、第4条第2項に相当する。

価格表示規則第2条は、第1項で物を完全包装、未完成包装、被覆のなしに売買単位だけで提供する場合に最終価格と売上税その他の価格の構成要素を含んだ数量単位の価格を表示すべきとする。価格を示しながら宣伝する場合も同様であるとする。売上税その他の価格の構成要素を含んだ数量単位の価格を基本価格と呼んでいるが、基本価格と最終価格が同じ場合は、最終価格の表示だけで良いとする。

価格表示規則第2条第2項は、包装されていない物を重量や体積等で提供し価格を示しながら宣伝する場合には基本価格の表示のみで良いとする。

価格表示規則第2条第3項は、基本価格の計量単位を具体的に規定する。4種類の物に分けて基本価格の計量単位を示している。

価格表示規則第2条第4項は、家庭洗剤や洗浄剤に関する基本価格の計量

単位の仕方を規定している。

価格表示規則第 3 条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示規則第 3 条は、電気・ガス・遠隔暖房の熱・水を提供し価格を示しながら宣伝した場合における売上税及びすべての特別な消費税を含んだ計量単位ごとの消費に依存した価格の表示について規定している。電気・ガス・遠隔暖房の熱・水の計量単位を具体的に示している。供給量に依存した価格を表示することは可能であるが、売上税及びすべての特別な消費税を含んだ計量単位ごとの消費に依存した価格の表示とともに行う必要があるとする。

価格表示規則第 4 条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示規則第 4 条は、陳列窓等にある物の価格の表示の仕方を個別的に規定している。

価格表示規則第 5 条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示規則第 5 条は、電力を供給した場合における価格の表示の仕方を規定する。

価格表示規則第 6 条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示規則第 6 条は、信用貸しの場合における利息の年率の表示に関する規定である。第 6 条の付属書が末尾にある。

価格表示規則第 6 a 条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示規則第 6 a 条は、利息のレートを伴う信用契約の締結における宣伝の仕方に関する規定である。

価格表示規則第 6 b 条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示規則第 6 b 条は、民法第 504 条第 2 項の当座借越しの場合における利息の年率と利息負担期間の表示に関する規定である。

価格表示規則第 7 条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示規則第 7 条は、飲食店等における価格表による価格の表示などについて規定している。

価格表示規則第 8 条は、当該指令に相当する規定を持っていない。価格表示規則第 8 条は、ガソリンスタンドにおけるガソリンの価格の表示の仕方を規定している。

価格表示規則第9条は、当該指令第3条第2項、第5条第1項及び第2項、第6条に相当する。価格表示規則第9条は、例外規定である。

価格表示規則第9条第1項は、価格表示規則の諸規定が適用されない場合を定める。価格表示規則第9条第2項は、第1条第1項と第2条第1項が適用されない場合を定める。価格表示規則第9条第3項は、第1条第2項が適用されない場合を定める。価格表示規則第9条第4項は、第2条第1項が適用されない場合を定める。価格表示規則第9条第5項及び第6項も同様である。価格表示規則第9条第7項は、第4条が適用されない場合を定める。価格表示規則第9条第8項は、第5条が適用されない場合を定める。

価格表示規則第10条は、当該指令第8条に相当する。価格表示規則第10条は、経済刑法の簡素化に関する法律第3条の言う秩序違反となる場合を規定する。当該指令第8条は、秩序違反法第35条と不正競争防止法第8条乃至第10条と第16条に相当する。

当該指令第1条、第2条(e)、第4条第1項、第11条は、価格表示規則に相当する規定を持っていないとする。第4条第1項第2文については、実質的な判断が加わっていると推測する。

以上のとおり、価格表示規則には消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令に対応する部分があるが、しかし価格表示規則に対応する規定が当該指令にない場合がある。逆に、当該指令に対応する規定が価格表示規則にない場合がある。価格表示規則に対応する規定が当該指令にない場合は、ドイツ特有の詳細な規定である。

4. 6. 2. 3. 7. 3. 3 フランス

消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令に対するフランス法について概観する。当該指令に対応するのは、パック詰めの商品の計量単位に基づく売買価格の消費者に対する周知に関する1999年11月16日の命令と消費法典である。EC消費者法概要における条文相互対応表によれば、当該指令と当該命令及び消費法典の対応条文は以

下のようなになる。⁽¹⁸⁶⁾

当該命令第1条は、当該指令第1条、第3条第1項、第4条第2項に相当する。当該命令第1条は、持ち帰りの小売売買のために陳列されているパック詰めの商品の価格の周知義務に関する規定である。この商品はラベル付きで供給される必要がある。このラベルの内容は、キログラム等による売買価格、正味の分量とこれに対応する売買価格である。商品ごとの計量単位の導入を条件として一方でヘクトグラムやキログラムのラベルを、他方でデシリットルやリットルのラベルを選択できるとする。

当該命令第2条は、当該指令第4条第1項に相当する。当該命令第2条は、同一のパック詰めの商品が同じ重量または体積で、しかも公衆の面前で一緒に陳列された場合における商品の記載事項に関する規定である。この内容は、前条に規定されたものである。その記載事項は商品自体ではなく、商品の近くに張り紙をするかまたは立て札を立てることが求められている。

当該命令第3条は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第3条は、正味の分量の表示をする必要のない商品に第1条の適用がないことを規定する。

当該命令第4条は、当該指令第4条第2項に相当する。当該命令第4条は、水分を取り除かれた正味の分量の表示を必要とする商品についてヘクトグラムやキログラムの価格をその分量で表示すべきとする。

(186) 欧州連合のホームページ

(http://ec.europa.eu/consumers/rights/cons_acquis_en.htm)

(http://www.eu-consumer-law.org/directives_en.cfm)

Arrêté du 16 novembre 1999 relatif à la publicité, à l'égard du consommateur, des prix de vente à l'unité de mesure de certains produits préemballés.

(<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000212306&fastPos=24&fastReqId=1200501061&categorieLien=id&oldAction=rechTexte>)

Code de la consommation.

(<http://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006069565&dateTexte=20120313>)

当該命令第5条は、当該指令第3条第4項に相当する。当該命令第5条は、売買の場所以外で行われる第1条の適用対象の商品価格の表示の条件を同一とする。

当該命令第6条は、当該指令第5条第1項及び第2項に相当する。当該命令第6条は、正味の分量がキログラム等に一致するパック詰めの商品に第1条が適用されないことを定めている。

当該命令第7条は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第7条は、パック詰めの商品の計量単位に基づく売買価格の消費者に対する周知に関する1982年11月10日の命令の廃止に関する規定である。

当該命令第8条は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第8条は、当該命令の官報への公表に関する規定である。

当該命令の他に、消費法典の中に価格の情報提供に関する規定がある。たとえば、消費法典第L113-1条乃至第L113-5条と第R113-1条である。これらの条項は、売買の価格と条件というタイトルが付いている。したがって、売買の価格だけに限定されていないが、価格の表示に関連するのでこれらの条項の内容を簡単に論じておくことにする。

消費法典第L113-1条は、価格の決定に関する商法典第L410-2条に言及している。消費法典第L113-2条は、商法典第4編の適用範囲に関する商法典第L410-1条に言及している。消費法典第L113-3条は、マーク、ラベル、掲示等による価格等の情報提供に関する規定である。消費法典第L113-4条は、公衆電話サービスの運営者が消費者に対して行う特定の申込義務に関する規定である。消費法典第L113-5条は、消費者の要求を集めるための電話番号に付加税を掛けないことを定める。これらの中で、価格の表示に関する規定は消費法典第L113-3条のみである。

消費法典第R113-1条は、前述した消費法典第L113-3条に関連する規定である。第R113-1条は、第L113-3条に違反した場合の罰金の賦課に関する規定である。EC消費者法概要によれば、第R113-1条は、当該指令第8条に相当する。

また、当該指令第2条、第3条第2項、第3条第3項、第4条第1項第1文、第6条、第11条は、当該命令及び消費法典に相当する規定を持たない。

4. 6. 2. 3. 7. 3. 4 イギリス

消費者に提供される商品の単位価格の表示における消費者保護に関する1998年の指令に対するイギリス法について概観する。当該指令に対応するのは、1974年の価格法と2004年の価格表示命令である。EC 消費者法概要における条文相互対応表によれば、当該指令と1974年の価格法及び2004年の価格表示命令の対応条文は以下のようになる。⁽¹⁸⁷⁾

なお、2004年の価格表示命令に関連して、北アイルランドの2004年の価格表示命令と食料品・飲料品サービスに限定した2004年の価格表示命令が存在する。

当該指令第1条は、価格法と価格表示命令に相当する規定を持たない。当該命令第1条第1項は、略語と施行時期に関する規定である。当該規定は当該指令に相当する規定を持たない。

当該命令第1条第2項は、当該指令第2条と第4条第2項に相当する。当該命令第1条第2項は、広告、消費者、化粧品、遠隔地契約、巡回事業者、液体状の中間物、顔や爪の化粧品、正味の固形量、貴金属、包装しないで売られる商品、店舗に関連する床の部分、売買価格、店舗、小規模店舗、適正基準、事業者、単位価格に関する定義規定である。これらの定義は、当該指令第2条よりも多い。

当該命令第2条は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第2条

(187) 欧州連合のホームページ

(http://ec.europa.eu/consumers/rights/cons_acquis_en.htm)

(http://www.eu-consumer-law.org/directives_en.cfm)

Prices Act 1974

(<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1974/24/data.pdf>)

The Price Marking Order 2004

(http://www.legislation.gov.uk/uksi/2004/102/pdfs/uksi_20040102_en.pdf)

は、1999年の価格表示法の廃止に関する規定である。

当該命令第3条第1項は、当該指令第3条第2項に相当する。当該命令第3条第1項は適用対象外となるものを定め、サービスの提供の過程で供給される商品、競売品、芸術作品、骨董品を指定している。しかし、当該指令第3条第2項は、2002年の電子商取引規則の適用を定めている。

当該命令第4条は、当該指令第3条第1項及び第3項に相当する。当該命令第4条第1項は、事業者による販売用の商品の売買価格の表示義務を定めている。ただし、第4条第2項、第9条、第10条の条件に従うとする。当該命令第4条第2項は、第1項の適用されない場合を規定する。たとえば、包装しないで売られる商品、または、商品広告を挙げている。

当該命令第5条第1項は、当該指令第3条第1項に相当する。当該命令第5条第1項は、事業者による販売用の商品の単位価格の表示義務を定めている。ただし、第5条第2項乃至第4項と第9条の条件に従うとする。

当該命令第5条第2項は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第5条第2項によれば、包装しないで売られる商品、または、1985年の度量衡法第4編または第5編の適用のある商品に対して第5条第1項が当てはまるとする。第5条第1項を適用する目的は、分量を表示するかまたは度量衡法の言う分量で製作していることを示すためである。

当該命令第5条第3項は、当該指令第5条第1項及び第2項と第6条に相当する。当該命令第5条第3項は、当該命令第5条第1項が適用されない場合を規定する。この場合を列举してみると、付属書2の対象となっている商品、売買価格と単位価格が同じ商品、小規模店舗・巡回事業者・自動販売機を通して販売される定まった分量で製作された食パンと均一の分量で包装された商品であるとする。ただし、EC消費者法概要は、売買価格と単位価格が同じ商品について当該指令に相当する規定を持たないとする。

当該命令第5条第4項は、当該指令第3条第4項に相当する。当該命令第5条第4項は、商品広告であっても第5条第1項が適用される場合を規定する。広告の中に売買価格が表示されている場合がそうであるとする。

当該命令第6条は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第6条は、売買価格と単位価格の表示方法に関する規定である。イギリスであるので、その価格はポンドで表示されることを規定する。ポンド以外の外国通貨を使用する場合には、ポンドの表示とともに、外国通貨と手数料を表示するか、または、外国通貨との換算率と手数料を表示すべきとする。しかし、このことは支払カードによる取引に適用されないことを表示すべきとする。

当該命令第7条第1項(a)は、当該指令第4条第1項第1文に相当する。当該命令第7条のその他の条項は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第7条は、第1項で売買価格や単位価格等の表示方法について規定する。曖昧でなく容易に確認でき明瞭に読めることのほかに、商品の近くまたは商品の視覚可能なあるいは書かれた説明（遠隔地契約・広告）の近くにあること、助力なく利用できる位置にあることが求められている。第7条第1項が基本原則で、第7条第2項以下が補足になる。

当該命令第7条第2項は、商品の近くで売買価格や単位価格等の表示をしなくてよい場合を規定する。たとえば、宝石、貴金属、販売のために店舗の窓で陳列され時計で3000ユーロを越えた金額のものを指定している。

当該命令第7条第3項は商品の郵送料、包装料、配達料の表示の仕方に関する規定で、売買価格や単位価格等と同様に曖昧でなく容易に確認でき明瞭に読めることを求めている。

当該命令第7条第4項は、単位価格のほかに分量ごとの価格の表示を行う場合の両者の相互関係を規律する。単位価格の表示が主たるもので分量ごとの価格の表示は従たるものとし、文字の長さは単位価格の方が長くなるようにすべきとする。

当該命令第7条第5項は、第7条第4項の補足的な分量表示を度量衡法第8（5A）条の言う計量単位とは異なったものを指すとする。

当該命令第8条は、当該指令第4条第2項に相当する。当該命令第8条は、液体状の中間物で提供される包装された固形食品について単位価格を正味の固形量を指すとする。正味の重量も利用される場合は、単位価格の内ですべて

の固形量または正味の重量の部分を明瞭に表示すべきとする。

当該命令第9条は、当該指令第4条第1項第1文に相当する。当該命令第9条は、当該命令第7条第1項に基づく売買価格または単位価格の割引額で売の場合の表示方法を規定する。この方法は、一般的通知その他の視覚可能な手段を用いて割引額を表示することである。

当該命令第10条は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第10条は、含有する貴金属の価格に応じて売買価格が変わる商品の売買価格の表示方法を規定する。この表示方法は4個の条件を有する。すなわち、曖昧でなく容易に確認でき明瞭に読めること、貴金属の重量・種類・適正基準の表示、重量と関係しない要素の表示、貴金属の種類と適正基準にあった重量単位のごとの価格に関する通知である。

当該命令第11条は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第11条は、付加価値税等の変更があった場合における価格の調整の仕方と告知方法に関する規定である。まず変更があった時点から14日以内の価格変更通知が必要であるとする。さらに、印刷されたか印刷中のカタログ等に価格変更のラベルを貼付・添付し、消費者が価格変更を確かめることができる十分な情報を含んだラベルまたは補充資料を指摘し添付しているラベルであることを条件とする。

当該命令第12条は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第12条は、単位価格が1ポンド以下の場合の表示方法、単位価格の1ペニーの百分の一が5以上または4以下の場合の切り上げまたは切り下げについて規定している。

当該命令第13条は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第13条は、単位価格が1ポンド以上の場合の表示方法について規定している。

当該命令第14条は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第14条は、付属書Iの分量の単位に関する説明規定である。

当該命令第15条は、当該指令に相当する規定を持たない。当該命令第15条は、小規模店舗のための第5条第3項(c)または(d)の免除規定に関する地方の

度量衡機関の権限を定めている。

当該命令付属書 I は、当該指令第 4 条第 2 項に相当する。当該命令付属書 I は、単位価格に関する特定の商品の分量単位を規定する。

当該命令付属書 II は、当該指令第 5 条第 1 項及び第 2 項に相当する。当該命令付属書 II は、単位価格の表示が免除される商品に関する規定である。

EC 消費者法概要によれば、当該命令のほかに1974年の価格法が当該指令に関連する。したがって、当該価格法及び付属書と当該指令の対応条文を指摘しておくことにする。

当該価格法第 7 条、付属書第 5 条乃至第10条、付属書第13条及び第14条は、当該指令第 8 条に相当する。当該価格法第 7 条は、当該価格法の付属書の適用目的を定める。この適用目的とは、当該価格法第 1 条の支払の濫用防止と当該価格法第 2 条・第 4 条・第 5 条の命令の実施であるとする。

付属書第 5 条は、第 1 項で第 2 条・第 4 条・第 5 条の命令違反に対する罰金を定めている。第 2 項は、当該価格法第 2 条の命令で認められた超過額のために取引は無効とならず返還請求できるとする。ただし、超過額を支払った者が相手方の命令違反を教唆・幫助等をしていた場合は除かれている。第 3 項は、当該価格法第 4 条の犯罪との関連における1968年の取引表示法第23条と第24条第 1 項及び第 2 項の有効性を定める。

付属書第 6 条は地方の度量衡機関の義務を定め、付属書第 5 条第 1 項の命令の実施について規定している。

付属書第 7 条は命令の遵守を確かめるための地方の度量衡機関の権限を定め、物またはサービスの購入契約を自らできることを定める。

付属書第 8 条は、第 1 項で付属書第 5 条の犯罪の法的手続きを地方の度量衡機関だけに担当させている。第 2 項は、犯罪の法的手続きを行うことができない場合を規定する。たとえば、犯罪者に犯罪の日付及び性質を書いた犯罪日から30日以内の通知が出されていなかった場合または犯罪日から 3 カ月が経過した場合である。第 3 項は、犯罪の日付及び性質を書いた犯罪日から 30日以内の通知の仕方と場所を規定している。第 4 項は、第 1 項がスコット

ランドで適用されないことを定める。

付属書第9条は、第1項で付属書第5条の犯罪の確認のために付属書第3条第2項及び付属書第9条第2項の権限の行使を地方の度量衡機関の事務官に認めている。第2項は、第1項の権限の内容を定めている。第3項は、本条の事務官を妨害する者、本条の条件に従わない者、正当な理由なしに本条の事務官に援助や情報提供しない者に対する刑罰に関する規定である。第4項は、誤解を与え、誤りの、人を騙すような文書または情報を騙す意図を持って作成または与えた者の刑罰に関する規定である。第5項は、質問に対する回答の要求または情報提供の要求や文書の占有の承認に関する解釈規定である。

付属書第10条は、地方の度量衡機関が職務遂行のための手はずを整えた場合における付属書第9条の権限の行使の仕方に関する規定である。

付属書第13条は、法人団体の犯罪が法人団体の取締役等によって行われた場合における法人団体と取締役等の刑罰について規定している。付属書第14条は、北アイルランドへの付属書の適用における特別規定である。

当該価格法及び付属書の全体を知ることは、ここで指摘した条項の理解に役立つので当該価格法及び付属書の条文全体を概観しておくことにする。

当該価格法第1条は1989年に削除された。当該価格法第2条は、食品その他の物の価格を規制する国の権限に関する規定である。当該価格法第3条は1977年に削除された。当該価格法第4条は、価格の表示に関する規定である。当該価格法第5条は、価格の範囲の通知に関する規定である。当該価格法第6条は1989年に削除された。当該価格法第7条は、実施規定である。当該価格法第8条は財政規定であるが、第8条第2項は1989年に削除された。当該価格法第9条は、本法の略語と解釈に関する規定である。

付属書第1条乃至第4条は、食品の助成金というタイトルを持っている。しかし、第1条、第2条、第4条は1989年に削除された。付属書第5条乃至第11条は、価格の規制、価格の表示、価格の範囲の通知というタイトルを持っている。しかし、部分的な改正が行われてきた。付属書第12条は、情報の

EU 消費者法

開示の制限に関する規定である。付属書第13条は、法人団体の犯罪に関する規定である。付属書第14条は、北アイルランドに関する特別規定である。

EC 消費者法概要によれば、当該指令第1条、第4条第1項第2文、第11条は、当該命令、当該価格法、付属書に相当する規定を持たない。イギリスの国内法に置き換えられていないとする。