

目 次

はしがき

はじめに ————— I

- 1 問題の所在 2
 - 1.1 日本法の状況の概観 2
 - 1.2 日本における議論状況 4
 - 1.3 ヨーロッパ私法の進展 7
- 2 本書の構成 9

第 1 章 EU 法による不公正取引方法の規制 ————— II

- 1 EU 消費者法制の概観 12
 - 1.1 EU の権限 14
 - 1.1.1 EU への権限の付与 14
 - 1.1.2 消費者法に関する権限 16
 - 1.1.3 権限の行使 18
 - 1.2 EU における立法手続 19
 - 1.3 法的根拠 20
 - 1.4 立法理由 21
 - 1.5 完全平準化と下限平準化 22
 - 1.6 欧州連合司法裁判所での手続 24
- 2 不公正取引方法指令による規制 25
 - 2.1 不公正取引方法指令の制定、法的根拠および効力 25
 - 2.1.1 不公正取引方法指令の制定までの経緯 25
 - 2.1.2 不公正取引方法指令の法的根拠 29
 - 2.1.3 完全平準化 30
 - 2.1.4 不公正取引方法指令の適用に関するガイダンスによる補完 34
 - 2.2 不公正取引方法指令の内容 35
 - 2.2.1 目的 36

2.2.2	いくつかの基本概念	38
2.2.3	適用範囲	60
2.2.4	不公正取引方法の規制	70
2.2.5	エンフォースメント	97
2.3	不公正取引方法指令の適用に関する報告書	102
3	不招請勧誘規制	103
3.1	不招請電話勧誘	104
3.2	不招請訪問勧誘	106
4	消費者のためのニュー・ディールによる改正	107
4.1	立法理由における説明	109
4.2	不公正取引方法指令の条文の改正	111
4.2.1	不公正取引方法の規制に関する改正	111
4.2.2	エンフォースメントに関する改正	114
5	本章のまとめ	117
5.1	不公正取引方法指令の機能	117
5.2	不公正取引方法指令の広範性	117
5.3	一般条項を中核とする構成	118
5.4	平均的消费者と脆弱な消費者	120
5.5	誤認惹起行為における「全体としての表現方法」	121
5.6	実効性の確保	122
5.7	無過失責任とその効果の緩和	123
5.8	証明責任の転換	123
5.9	ブラック・リスト	124
5.10	新たな展開に対する対応	125
5.11	不招請勧誘規制	126

第2章 EU加盟国の国内法による規制 127

1	EU法と国内法の関係	128
2	EU加盟国における国内法化の状況	129
2.1	イギリス	129
2.1.1	はじめに	129
2.1.2	概要、適用範囲および解釈	130

2.1.3	不正取引方法の一般的禁止	138
2.1.4	誤認惹起的取引方法	139
2.1.5	攻撃的取引方法	147
2.1.6	ブラック・リスト	148
2.1.7	罰則	152
2.1.8	エンフォースメント	156
2.1.9	自主規制	156
2.1.10	救済手段	157
2.1.11	集団訴訟	158
2.1.12	不招請勧誘規制	159
2.2	フランス	160
2.2.1	はじめに	160
2.2.2	不正取引方法の一般的禁止	163
2.2.3	誤認惹起的取引方法	164
2.2.4	攻撃的取引方法	167
2.2.5	ブラック・リスト	169
2.2.6	エンフォースメント	173
2.2.7	不招請勧誘規制	177
2.3	ドイツ	184
2.3.1	はじめに	184
2.3.2	目的規定およびいくつかの定義	186
2.3.3	不正取引方法の一般的禁止	190
2.3.4	誤認惹起的取引方法	193
2.3.5	攻撃的取引方法	196
2.3.6	ブラック・リスト	197
2.3.7	受忍を要求し得ない迷惑行為	201
2.3.8	集団訴訟	209
2.3.9	刑罰規定	209
2.3.10	法律効果	210
2.4	ギリシャ	211
2.4.1	はじめに	211
2.4.2	定義	213
2.4.3	適用範囲	216
2.4.4	不正取引方法の一般的禁止	216

2.4.5	誤認惹起的取引方法	218
2.4.6	攻撃的取引方法	222
2.4.7	ブラック・リスト	223
2.4.8	エンフォースメント	227
2.4.9	不招請勧誘規制	230
3	本章のまとめ	232
3.1	不公正取引方法指令による規律と加盟国法との関係	232
3.2	平均的消費者	233
3.3	脆弱な消費者	234
3.4	新技術への対応	235
3.5	取引上の決定	236
3.6	実効性の確保	236
3.7	対象となる取引	237
3.7.1	事業者間取引	237
3.7.2	事業者に対する消費者からの商品の提供	238
3.8	無過失責任とその効果の緩和	239
3.9	不招請勧誘規制	240

第 3 章 日本における不公正取引方法規制の検討 — 241

1	日本における今後の姿——EU との比較を通じて	242
1.1	消費者保護と競争法——私法理論の観点から	242
1.2	規制の範囲	243
1.3	脆弱な消費者	245
1.4	消費者の誤認を惹起する「全体としての表現方法」	246
1.5	実効性の確保	247
1.6	不招請勧誘規制	248
2	残された課題	249
2.1	日本法における不公正取引方法規制の再検証	249
2.2	日本における今後の不公正取引方法規制に関するより具体的な提案	250

初出一覧

索引