

Client Alert

2021 年 10 月号 (Vol.37)

1. 前言
2. 知识产权法：个人信息保护委员会更新 Q&A
3. 危机管理：消费者厅公布《关于消费合同的研讨会》报告书

1. 前言

本所从 2014 年 1 月开始收集日本法各个领域的最新法律信息，并定期向日本客户发送 Client Alert。我们也制作了中文版 Client Alert，今后将定期发送给各位中国客户。希望可以在法律实务上助您一臂之力。

2. 知识产权法：个人信息保护委员会更新 Q&A

日本个人信息保护委员会于 2021 年 9 月 10 日公布了 2020 年修订版个人信息保护法（全称为《关于个人信息保护的法律》）在 2022 年 4 月 1 日全面施行后的“《关于个人信息保护的法律的指南》的相关 Q&A”。此 Q&A 于修订版个人信息保护法的全面施行日即 2022 年 4 月 1 日起生效。除新增加了关于修订事项的 Q&A 以外，还更新了与修订事项无关的 Q&A，以利于实务应用。在下列 PDF 中通过日文“令和 3 年 9 月更新”这一关键词搜索就可以筛选到此次追加及更新的 Q&A。

https://www.ppc.go.jp/files/pdf/2109_APPI_QA_4ejj3t.pdf

并且，个人信息保护委员会在 2021 年 9 月 30 日表示，“就经营者表示高度关心，且个人信息保护法施行前可以适用的”“部分项目，在兼顾个人信息有用性的同时，从保护个人权利利益的观点出发”，将先于修订法，“先行”更新现行法律的 Q&A。

https://www.ppc.go.jp/files/pdf/2109_APPI_QA_tsuikakoushin.pdf

据此，就上述公开文件中所归纳的 Q&A，其更新已于 2021 年 9 月 30 日生效。

尤其是 Q2-1 的关于特定利用目的的 Q&A，是将修订指南中新增加的，对实施“分析处理（profiling）”时的利用目的进行具体化的相关内容，它将影响隐私政策中利用目的的记述方法，所以需要注意。此外还更新了其他与监控图像有关的 Q&A 及委托处理的限制的相关 Q&A，可以说这些也是实务上重要的问题。

合伙人 小野寺 良文
合伙人 田中 浩之

3. 危机管理：消费者厅公布《关于消费合同研讨会》报告书

Client Alert

针对消费者合同法（“消费者合同法”）的修订，为了深化从实务观点出发的探讨，消费者厅召开了“关于消费合同的探讨会”并于2021年9月公布了报告书。

该报告书的主要内容如下：

I 关于消费者的取消权

消费者合同法规定了因经营者的一定行为导致消费者误认或困惑困扰时等的消费者的取消权，基于这一规定，正在探讨新增以下规定。

1 防止经营者针对限制困惑困扰类行为之法律采取规避行为的规定

消费者合同法第4条第3款规定了因经营者的一定行为给消费者造成困惑困扰，从而签订合同的消费者的取消权。其中，就即使在形式上不属于“不离开”（注：一般指上门访问销售时销售员拒绝离开消费者的住宅等）（第1项），“妨碍离开”（注：一般指消费者来店后店员阻止消费者离开等）（第2项），“签订合同前的义务履行”（第7项）及“就签订合同前之行为的损失补偿请求”（第8项）的规定中所列举的行为，但实质上具有同等程度的不正当性的行为，拟制定防止采取规避法律之行为的规定。

2 着眼于消费者心理状态的规定

拟制定消费者的意思决策被歪曲时的取消权。例如，从正常的商业习惯来看经营者属于不正当地干扰消费者作出判断时的前提因素，以创造出“普通的、平均水准的消费者将不会签约”这一判断被妨碍的状况，从而歪曲消费者的决策的情况下，消费者拥有取消权。

3 着眼于消费者的判断力的规定

拟制定判断力严重降低的消费者签订严重妨碍自己生活的内容的合同时的消费者的取消权。

II 关于“平均损害”

消费者合同法第9条第1项规定，根据在违约金条款中设定的解除事由、时期等的区分，超出“因同类型的合同的解除而导致经营者应发生的‘平均损害’金额”的部分的违约金无效。但是，关于违约金条款的纠纷依然很多，因此目前主要探讨以下的应对。

1 列举“平均损害金额”的考虑因素

列举商品、权利、服务等对价、解除时期、合同性质、合同的可替代性、费用的可复原性等作为计算“平均损害”时的主要考虑要素，旨在明确“平均损害”。

2 引进减轻举证责任负担的特别规定

拟制定相应规定，即在涉及“平均损害”金额相关的违约金条款效力的诉讼中，经营者否认对方主张的“平均损害”金额时，该经营者应明确自己主张的“平均损害”金额及其计算根据，也就是所谓的积极否认的特别规定。

III 关于不正当条款等

就经营者的损害赔偿责任的范围，使用挽救（salvage）条款（因某条款违反强制性法规而导致该条款全部无效时，将该条款效力限定在根据强制性法规不会变成无效的范围内的合同条款）时，可能会限制消费者对经营者追究损害赔偿责任的，因此考虑制定

Client Alert

相应规定，即如果未作出明示性规定，则轻度过失时部分免除经营者的损害赔偿责任的范围的合同条款无效。并且，消费者合同法第 10 条规定，①与适用法律法规中与公共秩序无关的规定（即任意性规定）时相比，属于限制消费者的权利或加重消费者的义务的消费合同条款，且②违反日本民法第 1 条第 2 款中规定的基本原则，单方面损害消费者利益的条款无效。“视为放弃所有权等的条款”“限制消费者的行使解除权的条款”可以作为符合上述①的要件的示例。

该报告书的内容并不一定会全部反映在今后的修订法中，但社会上对损害消费者利益的交易的指责日益高涨，应更加注意信誉风险。预计消费者厅将在该报告书的基础上推进消费者合同法的修订工作，需注意今后的修订动向。

合伙人 藤津 康彦
资深律师 千原 刚

如对上述内容感兴趣，请与我们联系。

东京

东京都千代田区丸之内 2-6-1 号
丸之内 PARK BUILDING
(100-8222)

TEL:+81-3-5220-1839

FAX:+81-3-5220-1739

Email:chinadesk@mhm-global.com

北京

北京市朝阳区东三环北路 5 号
北京发展大厦 316 室
(100004)

TEL:+86-10-6590-9292

FAX:+86-10-6590-9290

Email:beijing@mhm-global.com

上海

上海市浦东新区陆家嘴环路 1000 号
恒生银行大厦 6 楼
(200120)

TEL:+86-21-6841-2500

FAX:+86-21-6841-2811

Email:shanghai@mhm-global.com

微信公众号: 森濱田松本法律事務所

