

9. EUの広告規制

横浜国立大学大学院国際社会科学研究所 助教授 角田 美穂子

概要

テレビ広告やインターネット通販の例を挙げるまでもなく、広告は容易に国境を超える。また、通信技術の発展やその発達、新しい形態の広告をも出現させる。EUはその発足以来、ヒト・モノ・サービスの自由移動が保障された域内共通市場を創設すべく、法整備を進めてきたことは周知の通りである。広告規制が重要な法政策上の課題とされてきたのは、域内共通市場の競争法整備という側面を有する。

他方で域内共通市場の出現は、消費者に多様なコマーシャル・コミュニケーションの可能性を開く一方、危険性をもたらすことにもなる。なじみのない商品・サービスであれば、消費者は広告を通じて提供される情報に頼らざるを得ないし、ダイレクト・マーケティングによるプライバシー侵害の危険性、新たな広告技術により消費者が認識しないうちに誤導されてしまう危険性なども考えられる。

このように、EUにおける広告規制は、競争政策と消費者政策、そして域内共通市場での貿易障壁の撤廃という3面的な要請を抱えながら発展を遂げてきた。しかし、広告の本来的にもつ広域性とは裏腹に、EU加盟各国の広告規制は実に多様性に富むものであったことから、EU法を通じた広告規制に関するルールのハーモナイゼーションの過程は、この三つの要請の両立が容易でないことを教えてくれる。



すみだ みほこ
角田 美穂子

学歴・職歴

- 1993年3月 一橋大学法学部卒業
- 1993年4月 一橋大学大学院法学研究科修士課程入学
- 1995年3月 同大学院修士課程修了
- 1995年4月 一橋大学大学院法学研究科博士後期課程入学
- 1996年6月～ 平成8年度日本学術振興会特別研究員 (DC2)
- 1998年3月まで
- 1998年3月 同大学院博士課程修了 (課程博士号取得)
- 1998年4月～ 平成10年度日本学術振興会特別研究員 (PD)
- 1999年3月まで
- 1999年4月 亜細亜大学法学部専任講師
- 2002年4月 亜細亜大学法学部助教授
- 2003年4月 横浜国立大学大学院国際社会科学研究所助教授