

〔翻 訳〕

## フランス消費法におけるデジタル・コンテンツ 及びデジタル・サービス供給契約<sup>1)</sup>

クレール＝マリー・ペグリオン＝ジカ (Claire-Marie Péglion-Zika)  
(馬場 圭太 訳)

### デジタル経済の発展

インターネットの到来は新たな経済市場の発展を可能にし、デジタル市場は、eコマースやオンラインプラットフォームの発展によって消費の方法を変化させた。そして、消費法は、通信契約に関するルール又はプラットフォームに関するルールによってこれに適應した。

新たな技術の発展は、消費の方法を変えるだけでなく、「デジタル財 biens numériques」の登場によって消費財それ自体をも変化させた。デジタル財とは、例えば、デジタル・コンテンツやデジタル・サービスが組み込まれたコネクテッド・オブジェクト（インターネットに接続されたスピーカーや体重計など）、オンラインゲーム、クラウドの利用、SNSへの登録などのことである。これに伴って、特種な消費者契約、すなわちデジタル財及びサービスを対象とする契約が新たに出現したのである。

### 検討対象の分類

この契約類型には次の2つの契約が含まれており、これらは区別されなければならない。

－デジタル要素を伴う物品の売買契約。これは、コネクテッド・オブジェクトを対象とする契約である。これは、売買契約である。売買の目的物（コネクテッド・オブジェクト）はこれまでになかった新しいものであるが、伝統的な売買契約の枠内にとどまっている。したがって、この契約は、消費法においては、売買法に服する（ただし、若干の補正を伴う）。

－デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス（オンラインゲーム、SNS、クラウド）の供給契約。この契約は、より多くの難しい問題を生じさせる。なぜなら、その性質決定〔ある事実関係が当該類型に当てはまるかどうかの判断〕を即時に行うことができないからである。例えば、デジタル・コンテンツが売買されているのか、デジタル・サービスが貸借されているのか、それとも伝統的な役務が供給されているのかを判断することは容易ではない。加えて、無体的性質を帯びているため、契約の目的物を把握することがより難しい。したがって、規制を行う必要があるように思われる。

---

1) 本セミナーにご招待くださった馬場圭太教授及びバルナール・アフテル教授に感謝申し上げたい。

## 分野ごとの規制

既に見たように、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約は、一見したところ、契約目的物の性質に特殊性があるが、契約当事者の属性には特殊性がない（この契約は、事業者＝消費者間だけでなく、事業者間で締結することもできる）。したがって、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約は、民法典の各種契約〔日本法でいうところの典型契約〕に加えられ資格を有しているように思われる。しかし、フランス法ではそのように取り扱われておらず、消費法上の各種契約として位置づけられている。

このように扱われている理由は、この契約に関するルールがEU指令に由来していることにある。EUは、欧州デジタル市場<sup>2)</sup>を形成するという展望の下、指令を通じて、消費者保護の観点からこの契約を捉えているのである。実際、EU立法者は、デジタル化現象に対応するために、2015年、デジタル・コンテンツ供給契約に関する指令案を公表した<sup>3)</sup>。この提案について激しい議論が行われ、最終的に、デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス供給契約に関する2019年5月20日の指令2019/770<sup>4)</sup>が採択された。この指令は、フランスでは、物品、デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービスのための法定適合性保証に関する2021年9月29日のオルドナンス第1247号によって国内法化された<sup>5)</sup>。このオルドナンスは、消費法典の「個別の目的物を有する契約の特

2) EU法もまた、これらの契約が事業者間で締結された場合について関心を示してきたことを指摘しておくべきであろう。例えば、2019年6月20日の規則2019/1150（いわゆるP2B規則）は、オンライン仲介サービス提供者とその協力を得ている企業（事業目的で活動する法人又は自然人である企業）との関係を対象としている。

3) Proposition de directive du 9 décembre 2015 relative au contrat de fourniture de contenu numérique (COM/2015/634 final).

4) J. Huet, «Directives de 2019: d'une part, sur les biens de consommation, d'autre part sur les contenus et services numériques», RDC déc. 2020, n° RDC117f8; J.-D. Pellier, «Le droit de la consommation à l'ère du numérique», RDC déc. 2019, n° RDC116m5; D. Staudenmayer, «Les directives européennes sur les contrats numériques», RDC déc. 2019, n° RDC116n8; C. Zolynski, «Contrats de fourniture de contenus et de services numériques», JCP G 2019, 1181.

5) J.-D. Pellier, «La dénaturation de l'article liminaire du Code de la consommation (À propos de l'ordonnance n° 2021-1247 du 29 septembre 2021 relative à la garantie légale de conformité pour les biens, les contenus numériques et les services numériques)», D. 2021, p. 1873; S. Bernheim-Desvaux, «Réflexion autour de l'ordonnance n° 2021-1247 du 29 septembre 2021 relative à la garantie légale de conformité pour les biens, les contenus numériques et les services numériques», Contrats, conc. consom. 2021, comm. 174, n° 1; D. Houtcieff, «L'ordonnance relative à la garantie légale de conformité pour les biens, les contenus numériques et les services numériques: entre nouvel ordre et désordre», La lettre juridique n° 889, 6 janv. 2022, n° 2; G. Loiseau, «L'ordonnance du 29 septembre 2021: un texte fondateur d'un droit des contrats portant sur les biens et services numériques», Comm. com. électr. 2021, étude 21, n° 4; C. Hélaïne, «Adaptation de la garantie légale de conformité pour les biens et les contenus et services numériques», Dalloz actualité, 5 oct. 2021; V. Lasbordes de Virville, «Nouveautés en matière de garantie légale de conformité dans les ventes de biens de consommation. — À propos de la transposition des directives UE 2019/770 et 2019/771 du 20 mai 2019 par l'ordonnance n° 2021-1247 du 29 septembre 2021», Contrats, conc. consom. 2021, étude 11; G. Loiseau, «L'ordonnance du 29 septembre 2021: un texte fondateur d'un droit des contrats portant sur les biens et services numériques», Comm.

別規定」というタイトルが付された章の中に、「デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス供給契約」というセクション（2bis）を新設した（消費法典L.224-25-1条以下）。したがって、それ以降、消費法典の中には、新たな各種契約の類型が存在しており、この類型に関する制度が定められている。

以上の制度は、2021年12月22日のオルドナンス第1734号によってフランスにおいて国内法化された、消費者保護に関するEU法のより適切な適用及びその現代化に関する2019年11月27日のオムニバス指令2019/2161によって補完されている。

## 本稿の構成

デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス供給契約に与えられた上記の制度については、本稿の後半（Ⅱ）で扱うこととする。その前に、デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス供給契約の性質決定（Ⅰ）について論じなければならない。そこでは、この新たな性質決定の有用性について検討することになる。

### Ⅰ. デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス供給契約の性質決定

#### デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス供給契約の法律上の定義

デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス供給契約の定義は、消費法典L.224-25-2条Ⅰに定められている。

「この款の規定は、事業者又は事業者として振る舞う若しくは自らを事業者であると表示するすべての者が消費者に対してデジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスを供給し、消費者が代金を支払い、又は、代金の支払いに代えて若しくはこれを補うものとしてその他のあらゆる利益を与えるすべての契約に適用される。」

この定義は、デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス供給契約の複数の特徴を詳述している。すなわち、この契約の目的物は、デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービスの供給であって、この契約は、消費者契約であり、かつ、有償契約である。これによって、次の疑問に対する答えがもたらされる。供給とは何を意味するのか？供給の対象は何か？誰が供給し、誰が受領するのか？供給は有償で行われるのか、無償で行われるのか？これらを検討するために、まず、コンテンツ供給の客体と主体の問題を扱い（A）、次に、供給取引それ自体の問題を扱う（B）。

#### A. 供給の客体と主体

これらの問題は、確かに非常に単純であるが、若干の説明を必要とする。

## 1. 供給の客体：デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス

### デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービスの定義

デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービスの定義は、EU 指令が議論された際に、激しい討論の対象となった。

今日、これらの用語は、消費法典の緒条（article liminaire）において定義されている。同条は次のように定義している。

- － 「6° デジタル・コンテンツ：デジタル形式で生産されかつ供給されるデータ」。この文言は、特に、コンピュータ・プログラム、アプリ、動画ファイル、音声ファイル、音楽ファイル、デジタルゲーム、オンラインゲーム、電子書籍その他の電子的刊行物を含むことを可能にする。
- － 「7° デジタル・サービス：消費者がデジタル形式でデータを作成、処理若しくは記録し、若しくはデータにアクセスすることを可能にする役務、又は、消費者若しくはこの役務のその他のユーザーがアップロード若しくは作成したデジタル形式のデータとの共有その他の相互作用を可能にする役務」。これは、デジタル形式のデータの作成、処理、記録、又は、それらへのアクセスを可能にする役務を一括しており、その中には、SaaS（動画や音声の共有、及び、その他のファイルホスティング形式）、クラウド環境で提供されるテキスト処理やゲーム、ソーシャルメディアが含まれる。

デジタル・コンテンツとデジタル・サービスという2つの概念が区別されてはいるものの、法文は、それらの概念について柔軟な考え方をとっており、急速な技術発展を考慮して、その著しい進化性を強調する。

### デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスの「オーダーメイド」的性質に対する無関心

消費法典L.224-25-2条I第2項によれば、デジタル・コンテンツ若しくはデジタル・サービスが事業者から提案されたものであるか、又は、オーダーメイドで実現されたものであるかは重要ではない。同項は、次のように定めている。「この規定は、消費者の仕様書に従って作成されるデジタル・コンテンツ及びデジタル・サービス供給契約に適用される。」

### 一定のデジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスの排除

消費法典L.224-25-3条は、2種類の契約の排除を定めており、これらの契約は、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスを対象としていながら、それらの契約に関する規定が適用されない。

- － 排除される1つ目の契約（L.224-25-3条I）は、既に見たように、コネクテッド・オブジェクトを対象とする契約である。
- － 排除される2つ目の契約（L.224-25-4条II c）は、あるいはそれを取り扱う部門を理由とし

て、あるいは他の保護ルールの存在を理由として適用除外される一定の契約である。例えば、公的部門の組織によって供給されるデジタル・コンテンツ、独自ルールの対象である電子通信サービス、健康ケア（健康状態を改善、維持又は回復するための健康事業者が供給する健康サービス）、賭事（金銭的価値を賭けるあらゆるサービス）、金融サービス（銀行、貸付、保険、個人年金、投資、支払に関するあらゆるサービス）、そして、オープンライセンスのソフトウェア（消費者が代金を支払っておらず、消費者が提供する個人データが事業者によってもっぱらこれらの特殊なソフトウェアのセキュリティ、互換性、相互運用性を改善するために取り扱われている場合）が、そこに含まれる。

## 2. 供給の主体：消費者契約

### 消費者契約

デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約は、事業者（自然人又は法人）と消費者（フランス法では、自然人でなければならない）との間で締結される消費者契約である。しかし、法文は、その先に進んでいる。

### 供給の債務者

消費法典L224-25-2条 I 第1項によれば、「事業者又は事業者として振る舞う若しくは自らを事業者であると表示するすべての者」がデジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスの供給の債務者である。換言すれば、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約に関する制度は、したがって、事業者の外観を呈していさえすれば、非事業者に適用される余地がある。

反対に、新しいオールドナンスは、その適用範囲を、売主又は事業者とみなされる基準を満たしていないプラットフォーム提供者にまで拡張してはいない。指令2019/770の前文18がその可能性が示しているにもかかわらずである。

### 供給の債権者

消費法典L.224-25-3条 I 第1項によれば、消費者が、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスの供給の債権者である。さらに、L.224-25-31条が次のように定めていることを忘れてはならない。「この款の規定は、事業者と非事業者の間で締結された契約にも適用される」。フランス法は、その保護を、事業活動の枠内において行動しない法人（消費法典緒条を参照）に拡張することを選択したのである。

また、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約の主体に関して、フランスの立法者は、できる限り多くのケースでこの性質決定を適用することができるように、消費者契約について包摂的な考え方を採用した。

## B. 供給という取引

### 1. 独自の性質決定

#### 供給という独自の性質決定

供給 *fourniture* は、デジタル・コンテンツの「売買 *vente*」又はデジタル・サービスの「提供 *prestations*」といった伝統的な分類に収まるものではない。

売買と役務提供という二元論的アプローチを超越しようとするこの意向は、2019年5月20日の指令によって望まれていた。この指令は、独自の性質決定を自ら選択せずに、この点についての判断（例えば、これらの契約が、売買なのか、役務提供契約なのか、賃貸借契約なのか、それとも独自の契約なのか）を加盟国に委ねながら、将来の変化に対応しようとする、技術的に中立な横断的アプローチを認める選択をした。

フランスの立法者は、指令と同じ選択をした。すなわち、取引の性質決定の問題（売買か、役務提供か、賃貸借か、それとも交換か）を解決しないという選択をしたのである。2021年9月29日のオルドナンス第1247条に関する共和国大統領報告書では、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約は、指令の表現をそのまま用いて、「契約の新たな姿形 *une nouvelle figure contractuelle*」であると説明している。急速な技術進歩によって、新たに出現するデジタル取引を民法学者がよく知る伝統的な契約類型に結びつけることが困難になり、不自然になることさえあることに鑑みれば、このような説明を支持することができる。

#### 媒体にかかわらず、デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービスのあらゆる供給が含まれる

立法者は、消費者による自己の機器へのダウンロード、オンライン配信（ウェブストリーミング）、デジタル・コンテンツの記憶容量へのアクセス許可、SNSの利用へのアクセスといった、将来出現する可能性があるすべての「供給」取引を取り込もうとした。それだけでなく、物的媒体による送付も含まれる。L.224-25-2条 I 第3項は次のように定めている。「[規定は、] もっぱらそれらを運ぶために用いられる物的媒体によって供給されるデジタル・コンテンツにも適用される」。したがって、指令は、例えば、DVD、CD、USBメモリ、メモリーカードに、そして、それがもっぱらデジタル・コンテンツを運ぶために用いられる場合には、物的媒体それ自体にも適用される。

このように、法文は、デジタル・コンテンツ又はこのデジタル・サービスを運ぶために又は利用できるようにするために用いられる媒体にかかわらず適用される。

### 2. 有償契約

#### 有償契約

消費法典 L.224-25-2条 I 第1項によれば、消費者は、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給の対価として、「代金を支払い、又は、代金の支払いに代えて若しくはこれを補うものとしてその他のあらゆる利益を与える」。民法典1107条によれば、契約は「当事者のそれぞれが、自らが給付する利益の対価として他方から利益を受けるときに」有償契約である。しかし、消費法典によれば、財や役務の供給の対価が代金である場合だけでなく、事業者が代金の支払いに代

えて又はこれを補うものとして何らかの利益を受領する場合も有償契約になる。これは、法文上、大きく変更された点である。

この状況は、特に、事業者が消費者の個人データを受領するケースが念頭に置かれている。例えば、SNSの利用者がSNS事業者との間で締結する契約がこれにあたる。この契約は、外観上は無償であるが、あらゆる種類の個人データが収集され、これにプラットフォームが価値を生じさせて活用する場合には、実際には、有償である。したがって、法文は、この契約が無償であると喧伝されうること、利用者が「支払」っているにもかかわらず外観上対価が存在しないことを明らかに考慮しているのである。デジタル世界でよく知られている標語「タダであるとき、製品はあなた自身である quand c'est gratuit, c'est vous le produit」がこのことを示している。

承認のプロセス：数年前から、不当条項委員会及び数多くの裁判所は、プラットフォームの利用規約に含まれる条項に対して不当条項規制を及ぼすことを正当化するために、上記の契約の有償性を既に認めていた。一方、EUの立法者は、2019年5月20日の指令において「デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスは、…消費者が事業者に対して代金を支払う代わりに個人データを提供するときに供給されることが多い」（前文24）ことを考慮し、有償性を認めた。

有償性の承認に関連する諸問題：デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスと個人データとの交換に有償性を認めることは、個人データの「財産化 patrimonialisation」に繋がりがねない。EU法は、フランス法と同様に、個人データに関して人間中心主義的、人格権的な見方に立っており、指令2019/770は、「個人データの保護が基本的権利であること、及び、したがって、個人データを商品とみなすことができないこと」（前文24）を明言している。この点について、落とし所を見いだすことは容易ではない。

## II. デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約の制度

デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約の制度は、消費法においてしばしば見られるように、2本の支柱の上に構築されている。一部の既存ルールがデジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約に拡張され（A）、これに加えて、この契約のために、いくつかのルールが特別に設けられた（B）。

### A. 消費法上の既存ルールの拡張

#### 1. 消費一般法のルールの拡張

デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約は、消費法典によって規律されている以上、消費法典に現れるすべての一般法上のルール（例えば、不当条項に関する規定）に服することになる。それにもかかわらず、一部の一般法上の規定は、これらの契約に特別に適合された。

## 情報提供義務

いくつかの情報提供義務は、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約に適合された。

- － 消費法典L.111-1条に定める契約締結前の情報提供義務が、2021年9月29日のオールドナンス以降、すべての有償契約に適用されることになった。したがって、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約にも適用される。
- － 代金に関する情報提供義務が、2021年9月29日のオールドナンスによって創設された（消費法典L.112-4-1条。「財物の売買契約又はデジタル・コンテンツ若しくはデジタル・サービスの供給契約が代金の支払いを想定しないときは、事業者は、L.217-1条及びL.224-25-2条の意味で消費者によって与えられる利益の性質を明示しなければならない。」）

## 契約の内容

消費法典L.211-2条 I, 1° は、消費者契約に適用される一般的条件 [約款] には、一定の義務的記載事項（特に、デクレが定める方法に従って、「L.217-1条及びL.224-25-2条の意味で消費者が代金に変えて、又は、これを補うものとして与える利益の性質」）が含まれなければならないと定める。

### 2. 通信契約に関するルールの拡張

通信契約に関する制度の、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約への適用

2021年12月22日のオールドナンスによって、通信契約に関する規定がデジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約に適用されることとなった（消費法典L.221-1条からL.221-29条まで）。L.211-1条Ⅲは次のように定める。「この章の規定は、事業者が消費者に対して、物的媒体を介しないデジタル・コンテンツ若しくはデジタル・サービスを供給し又は供給することを約し、消費者が事業者に対して個人データを提供する又は提供することを約する契約にも適用される。ただし、このデータが、もっぱら、物的媒体を有しないデジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスを供給するために又は事業者が負う法律上の義務を果たすことと可能にするために事業者によって取り扱われるときは、この限りでない。」

次の権利義務は、特にデジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約に適用されることになった。

- － 消費法典L.221-5条に定める契約前の情報提供義務：消費法典L.221-5条の規定は、売買契約又は役務提供契約のために定められてきたが、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約にも適用されるものとなった。今般の改正によって、提供すべき情報は増えたが、概して伝統的な内容にとどまっている（特に、財、役務、デジタル・コンテンツ又はデジタル・



サービスの特徴、その代金、撤回権の存在及びその行使方法が対象とされている)。デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスについては、これに加えて、その機能性、互換性、相互運用性、そして、場合により、ソフトウェアのインストールの際に生じる制限の存在についての特別な情報提供が要求されている。

－ 消費法典L.221-25条からL.221-28条までに定める撤回権：2021年12月22日のオルドナンスは、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約について撤回権を行使できるようにするために、撤回権に関する規定に若干の修正を加えている。既に適用可能となっている法文の意味を大きく変更するものではないが、特に、撤回期間が終了する前に契約の履行を開始することができるかどうかについて定める規定が対象となっている。

## B. デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約の特別ルールの創設

### 1. あまりに長く続く約務からの消費者の保護

#### 契約の存続期間

多くの種類のデジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスが、クラウドコンピューティング・サービスへのアクセスのように一定期間又はSNSやデジタルチャンネルへの加入のように期間の定めなく継続的に供給されるため、立法者は、消費者が長期間にわたって拘束されないように留意した。同意したコンテンツ又はサービスに束縛されるリスクから消費者を守る2つのルールが設けられた。

1つは、事業者は、契約締結日から24ヵ月を超える最短契約履行期間の遵守を課す条項に消費者が同意しなければ契約は成立しないとすることができない。契約を改訂することによって契約の存続期間を過度に引き延ばすことができないように、このルールは、改訂の場合にも適用される。すなわち、契約の改訂は、改訂の日から起算して24日を超える最短契約履行期間を課する附合条項によって条件付けられることはできない（消費法典L.224-25-6条）。

もう1つは、契約が最短履行期間を定めていない場合、又は、定められた期間を超えて契約の履行が続く場合も、消費者は、契約を解約することができなければならないが、その場合の解約予告期間は、事業者による解約請求の受領から起算して10日を超えることができない。ただし、解約予告期間がより長期にわたることを消費者が求めているときは、この限りでない（消費法典L.244-25-9条）。

### 2. 事業者が負う義務の増加

#### 事業者が負う義務の増加

デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約のために特別に創設されたルールは、主として、事業者が負う債務からなる。

### a. 特別な情報提供義務

#### 特別な情報提供義務の内容

消費者への情報提供は、現代の立法者にとって重大な関心事である。2021年のオルドナンス第1247号は、そのことをよく示している。消費法典L.224-25-5条は、非常に多くの情報について定めているが、これらは最低限でしかない（L.224-25-5条1項柱書）。この長々と続くリストは、義務的説明事項であり、次のものを含んでいる。すなわち、事業者の身元及び連絡先（同条1項1号）、代金に代えて又はこれを補うものとして消費者が同意した利益の性質（2号）、契約の存続期間、サービス及び契約の更新及び中断の条件（4号）、契約の事前解約の場合に、場合により生じる費用（5号d）、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスの供給の枠内で収集される個人データに関する情報（7号）、セキュリティ事故に対応するために、又は、脅し若しくは脆弱な状況に対処するために事業者がとることができる措置の種類（8号）、障害者のために構想された製品及びサービス（9号）などである。

#### 特別な情報提供義務の態様

2021年のオルドナンスは、契約締結時に事業者に課される情報提供義務に関して、その履行態様についても新機軸を打ち出している（L.224-25-5条2項）。まず、情報は、持続可能な媒体によって、又は、これらの情報を持続可能な媒体によって伝達することができないときは、事業者が準備する、容易にダウンロードすることができる文書において読みやすく理解しやすい仕方でも伝達されなければならないと定められた（第1文）。これは、非常に伝統的な対応である。

これに加えて、事業者はこの文書を手に入れることについて、及び、文書管理、将来的な閲覧、及び忠実な複製のためにそれをダウンロードすることが重要であることについて消費者の注意をはっきりと引きつけなければならないと定められた（第2文）。これは、独創的な対応である。この要求はもはや、その内容が法律上定められた説明事項を消費者又は非事業者が認識するよう仕向けるのみならず、それを認識することを助長するために事業者に対して追加的な義務を課している。その意味で、これは、情報提供義務を強化するものであると言える。

#### 特別な情報提供義務のサンクション

デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約における情報提供義務については、その義務違反により、自然人については3000ユーロ、法人については15000ユーロを超えない額の行政罰を受ける可能性がある（消費法典L.242-18-4条）。これらの罰金は、消費法典L521-1条以下の条件において行政機関によって言い渡される。

### b. 供給債務

#### 供給債務の期間

消費法典L.224-25-10条1項によれば、「事業者は、契約締結後不当な遅延することなく、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスを供給しなければならない。ただし、当事者が、特別

の日付又は期間について明示的に合意した場合はこの限りでない。」

### 供給債務の態様

この観点から、事業者は、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスその他それらにアクセスし若しくはそれらをダウンロードするために適切なあらゆる手段を消費者が自己が選択した物理的又は仮想上の地で取得可能又はアクセス可能になった時に、供給債務を有効に履行したものとすると定められた（消費法典L.224-25-10条）。換言すれば、この債務は、消費者が契約に従ってデジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスを利用することをができるようにするためにしなければならないことが何もなくなった時に、履行されたものとみなすということである。この点について、コンテンツ又はサービスが、消費者がそれを受領し又は記録することを選択した、第三者が運営する物理的又は仮想上の地（例えば、デジタルプラットフォームやクラウドストレージ）で取得可能又はアクセス可能にされなければならない場合には、事業者は、コンテンツ又はサービスを当該第三者に供給しなければならない。

異議が申し立てられた場合には、理屈からすると、事業者が、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスを供給したことの証明責任を負うことになる。

### 供給債務のサンクション

これらのルールは、債務不履行の場合に作動するサンクションによって補われる。消費法典、L.224-25-11条によれば、消費者は、次のいずれかを選択することができる。

- － 消費者は、事業者に対して、不履行の抗弁〔同時履行の抗弁〕に関するルールの適用の下、事業者が履行するまで代金の全部又は一部の支払いを停止することを通知することができる（1号）。
- － 若しくは、消費者は、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスの供給について事業者を遅滞に付した後に、事業者が不当に遅延することなく又は当事者間の明示的な合意の対象となった追加期間内に履行しなかったことを条件として、契約を解除することができる。この場合、契約は、この解除を事業者へ通知する手紙又は文書を事業者が受領した時に解除されたものとみなされる。ただし、事業者がそれまでに履行した場合には、この限りでない（2号）。しかし、事業者がデジタル・コンテンツ若しくはデジタル・サービスの供給を拒否するとき、事業者が供給をしないこと表明するとき、又は、事業者が明示的に合意した日に若しくはその期間が過ぎてもその債務を履行せず、かつ、この日又は期間が消費者にとって契約の本質的条件となっているときは、この解除は即時的である（3号）。

### c. 適合債務

2022年9月29日のオルドナンスは、適合性保証を、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービス供給契約の特性に適合させた。紙幅の関係で、適合性保証に関する規定の全体を紹介するこ

とはできないので、もっとも独自性が高い2つの点に絞ることにしたい。すなわち、適合債務の内容とそのサンクションである。

### 適合債務の内容——適合性の評価

適合性は、2つの側面を有している。すなわち、主観的適合性と客観的適合性である。前者は契約を、後者は消費者の正当な期待を基準に判断される（消費法典L.224-25-13条及び-14条）。

ただし、次のように定められている。「消費者は、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスの1又は複数の特別な特徴について、それがこの条に掲げる適合性の基準から逸脱することを特別に通知されており、その逸脱について消費者が契約締結時に明示的かつ個別に合意していたときは、その欠如を主張することによって適合性を争うことができない」（消費法典L.224-25-14条Ⅲ）。

### 適合債務の内容：継続的債務とアップデート

適合債務は、デジタル・コンテンツ及びデジタル・サービスに適用されることのほかにも、これらのコンテンツ及びサービスの不断の進化を考慮に入れなければならないという点で独自性を示している。ここでは、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスを改良し強化すること、その機能性を拡張すること、コンテンツ又はサービスを技術の発展に適合させること、セキュリティに関する新たな脅威からコンテンツ又はサービスを守ることなどを可能にするアップデートが特に重要である。したがって、アップデートは、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスの適合性において考慮されなければならない。適合債務は、契約の締結後も続く継続的な債務である。

具体的には、事業者は、消費者がデジタル・コンテンツ、デジタル・サービス、又はそれらが組み込まれた物品の維持に必要なアップデートについて通知を受けるように、そして、消費者が実際にアップデートを受領するように注意を払わなければならないと定められている（L.224-25-25条Ⅰ柱書）。事業者は、消費者が正当に期待することができる期間にわたってアップデートを供給する義務を負い、その際に、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスの種類及び目的、諸事情、及び契約の性質が考慮される（1号）。事業者は、いずれにせよ、契約が所与の期間継続して供給することを定めるときは、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスが契約に基づいて供給される期間にわたってアップデートを供給しなければならない（2号）。

しかし、消費者は、供給されたアップデートをインストールするかしないかを自由に選択することができる。消費者は、アップデートをインストールしないと決めた場合には、当然のことではあるが、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスが契約に適合し続けることを期待することができなくなる。したがって、消費者が合理的な期間内にアップデートをインストールしないときは、事業者は、当該アップデートをインストールしなかったことのみを原因として生じた適合性の欠如について責任を負わないと定められた（L.224-25-25条Ⅱ柱書）。ただし、事業者が、消費者に対して、アップデートの利用可能性及び消費者がそれらをインストールしないことから

生じる結果について通知したこと（1号）、及び、消費者がアップデートをインストールしない又は誤ってインストールしたことが、消費者に提供されるインストール説明書における遺漏に起因しないこと（2号）が免責の条件とされている。

#### 適合債務のサンクション

サンクションは次のように定められている。

- － 第1に、消費に関する2014年3月17日の法律第344号（いわゆる、アモン法）から始まった傾向に従って、それまで約定保証及びアフターセールスサービスの供給に限定されていた行政罰金が、適用されることになった（L.242-18-4条以下）。
- － 第2に、注目に値する点であるが、「悪意により、法定適合性保証の実施を妨げる事業者」に対する民事罰金が創設された。この民事罰金の額（これは、競争及び消費を担当する行政機関、消費者保護団体、検察、又は消費者によって請求されなければならない）は、300,000ユーロを超えることができない。同条は、次のように定めている。「罰金の額は、当該取引から得られた利益に比例する形で、判決の日において知られている過去3年間の年次総売上高に基づいて計算される年平均総売上高10%まで引き上げることができる」（L.242-18-1条）。

以上のように、デジタル・コンテンツ又はデジタル・サービスの特別な性質決定は、完全に時宜にかなっていると思われる。

