

# デジタル取引・特定商取引法等検討会

## 第9回 議事録

消費者庁 取引対策課

## 第9回 デジタル取引・特定商取引法等検討会

1. 日 時：令和8年9月2日（水）9：00～10：31

2. 場 所：中央合同庁舎第4号館第4特別会議室 併用 オンライン会議

### 3. 議 題

- ・ 事務局からの説明
- ・ 自由討議

### 4. 出席者

（委員）

大屋雄裕座長、大森俊一委員、片岡康子委員、川野玲子委員、河村真紀子委員、郷野智砂子委員、佐藤一郎委員、島菌佐紀委員、高芝利仁委員、土井和雄委員、殿村桂司委員、樋口容子委員、正木義久委員、万場徹委員、山家洋志委員

（事務局）

堀井長官、日下部次長、飯田政策立案総括審議官、黒木審議官、深町審議官、落合消費者制度課長、加来取引対策課長、五郎丸取引デジタルプラットフォーム消費者保護室長、山本取引対策課課長補佐

（オブザーバー）

公正取引委員会、警察庁、経済産業省、独立行政法人国民生活センター、東京都

○加来取引対策課長 それでは、定刻になりましたので、第9回「デジタル取引・特定商取引法等検討会」を開催いたします。

本日も、御多忙のところ、早朝よりオンラインを含めて御参加いただきまして、大変ありがとうございます。

進行状況を見ながらですけれども、必要に応じて途中で適宜休憩を挟んでいただければと存じます。なお、議事の進行次第では、予定より早く終了させていただければと思います。

本日は、仲野座長代理は欠席と承っております。

また、本日は、冒頭プレス撮りとさせていただいておりますので、あらかじめ申し上げます。

それでは、議事に入ります。

大屋座長、よろしくお願いします。

○大屋座長 ありがとうございます。

それでは始めさせていただきますが、議事に先立ちまして、御担当である黄川田大臣から御挨拶をお預かりいたしております。堀井長官より代読させていただきます。堀井長官、よろしくお願いいたします。

○堀井長官 委員の皆様方におかれましては、本日もお忙しい中、お集まりをいただきまして、ありがとうございます。

本日、中間とりまとめ（案）の御議論ということで、黄川田大臣が本検討会に御出席をされて、御挨拶をしたいというお気持ちをお持ちでいらしたのですが、あいにく出席ができませんので、大臣の御挨拶を私から代読させていただきます。

インターネット取引の存在感は一段と高まっています。そのような中、消費者がその恩恵を十分に享受し、安心・安全に取引できる環境の整備は、消費者保護の一層の確保とともに、事業者の健全な競争をも促進させるものであり、大変重要であると考えています。

そうした環境整備に向け、委員の皆様方におかれましては、本年の1月から、多くの論点につき大変熱心に御議論いただき、心から感謝を申し上げます。

今回のとりまとめ（案）の中では、いわゆるダークパターンについての規律、SNS等のチャットによる勧誘に対する規律、電子書面交付義務の導入といったようなインターネット取引環境を適正化していく上での制度改革を盛り込んでいただいていると承知をしています。また、訪問販売や連鎖販売取引等のインターネット取引以外の特定商取引分野におきましても、レスキュー商法、後出しマルチといった足元で特に問題となっている事案に的確に対処していく制度見直しが盛り込まれております。

消費者庁といたしましては、本中間とりまとめ（案）が成案となった際には、皆様の御議論の成果をしっかりと受け止め、内容の具体化に向け全力を尽くしてまいりたいと思います。

改めて、大屋座長はじめ、委員の皆様方のこれまでの活発な御議論に改めて感謝申し上げ

げたいと思います。

令和8年9月2日、内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全担当）、黄川田仁志代読。

どうぞ本日もよろしくお願いいたします。

○大屋座長 堀井長官、ありがとうございました。

撮影はこちらで終了となりますので、報道関係者の皆様は御退室をお願いいたします。

（報道関係者退室）

○大屋座長 本日の議事については、運営要領に基づき、事前に登録いただいた方々について一般公開とし、YouTubeにて傍聴を可能としております。

では、続いて資料の確認に移ります。事務局からお願いいたします。

○加来取引対策課長 本日は、議事次第のほか、委員名簿と中間とりまとめ（案）、参考資料の4種類となります。お手元がない場合は、不備などございましたらお知らせください。

なお、リアルで御参加の委員の皆様には、タブレット端末を配付しております。適宜御活用いただければと思います。

接続など何かございましたら事務局にお知らせいただければと存じます。

以上でございます。

○大屋座長 ありがとうございました。

それでは、本日の議題について、事務局から資料について説明をいただいた上で討議を行いたいと思います。

では、まず説明を事務局からよろしくお願いいたします。

○加来取引対策課長 それでは、資料1－1、中間とりまとめ（案）の資料に基づきまして御説明したいと思います。

今日は、前回第8回でこの場で御議論いただきましたので、その議論を踏まえて修正した箇所を主に御説明したいと思ってございます。

お開きいただきまして、「はじめに」と「基本的視点」は飛ばしましてですね、4ページ目以降の「Ⅲ インターネット取引への対策の強化」のところになります。

ここの1が特に勧誘的性質の強い取引への対応というところで、チャット勧誘などを議論したところでございますけれども、5ページ目の「イ 内容」のところになりますけれども、ここにチャット勧誘等の「チャット等」の定義をしておるのですが、ここの「チャット等」の定義が前回の案では分かりづらいといった御指摘をいただいておりますので、今回修正いたしまして、特に括弧の中でありまして、文字情報等の送信と。括弧で、やり取りの中での画像・動画等のファイル添付やリンクを用いたこれらの情報の送信を含むという形にしております。脚注4には、そういった動画等には、電話に該当しないボイスメッセージやオンラインセミナーを含むといった脚注を修正いたしましたところでございます。

続きまして、7ページに参ります。

チャット勧誘等の規律の具体的な内容ですけれども、「(イ) 契約場面」のところがございます。こちらにも契約場面でこういった規律が設けられるのかというところの記載が明確ではないという御指摘をいただきましたので、最後のところでもありますけれども、基本的には電話勧誘販売と同等の規律を設けるべきであると書き下しをしたところでもあります。

加えて、脚注12でもありますけれども、そこに若干具体的に不意打ち性がある勧誘であることを前提とした申込書面・契約書面の交付を原則としつつ、加入から申込み・契約までがインターネット上で完結する場合における書面の電子化に関する規律については、インターネット取引の実態を踏まえて引き続き検討とさせていただいているところがございます。

続きまして、「2 広告場面における意思決定を誘導する手法への対応」、特にダークパターンに関する規律の議論でございますけれども、こちらにつきましては9ページ目になります。

9ページ目の「イ 内容」のところでもありますけれども、ここで幾つかの類型をこれまで示していたのですけれども、前回の御議論で、ここで示したものだけでは十分ではないという御指摘をいただいたところでもありますので、前回も次のようなという書き方をしていたのですけれども、より明確にして、例えば次のようなものが考えられるといたしまして、幾つかの類型を箇条書きにしたという書きぶりにしてございます。柱書きのところは、誤認を招く又は威迫、迷惑若しくは不安を覚えさせるなどして、消費者の意に反して申込みをさせようとする表示・UIに対してと書かせていただいております。あくまでここは改めて例示をしたところでございます。

続きまして、10ページ目の上のほうになりますけれども、広告に関する論点でございます。

前回、広告のルールはどうあるべきかという議論を活発にいただいたところでもありますけれども、ここも若干日本語を明確化した観点で、「このため」のところでもありますけれども、実際は広告であるにもかかわらず、広告であることが判別し難い表示を禁止しと。または、実際は広告であるにもかかわらず、一見して広告であることが明らかではない表示については、広告である旨の明示を求めるべきであると書き下しをさせていただきました。

併せて脚注16も一部追加をいたしまして、景表法のステルスマーケティング規制との関係を踏まえつつだったりと、また、具体的な規律法については、事業活動に与える影響を踏まえて引き続き検討といった書き方をさせていただいております。

次に、「3 契約場面における対応」でございます。

こちらについての御議論になりますけれども、11ページをお開きいただきますと、「(2) 対応」で「ア 最終確認画面における表示・UI」の御議論がありますけれども、こちらの支払総額の表示、取引条件の分離表示の禁止等といった義務付けを行うべきであるというところに関してでございますけれども、ここも幾つか分かりづらいといった議論もござい

ましたので、脚注18で追加いたしましたのは、「例えば」のところでありますけれども、期限の定めのない場合において、1年分等の総額表示を義務付けるべきであると指摘があったということを記載いたしまして、併せて過去の検討会においては、月額料金、更新条件が明確に表示され、消費者がいつでも解約可能な契約については、一律に1年分等の総額表示を定めるべきではないといった指摘もありましたので、そこを両論書かせていただきました。

続きまして、その下に「イ 取引条件の明確化」の論点でございます。

12ページになりますけれども、交付する電子書面等の記載内容についてのところになります。最終確認画面の記載との同一性及び記載の明瞭性の担保といったところになりますけれども、ここも明確化すべきであるといった御指摘をいただきましたので、脚注21に追記をいたしたということでございます。

脚注20を読み上げさせていただきますけれども、記載の同一、記載の明瞭性については、消費者が権利行使を円滑に行うことができるようにする過程において重要な事項について、最終確認画面で表示した内容と整合的な情報が分かりやすく消費者に提供される必要があるという趣旨であるということ。その具体的な内容については、引き続き検討すべきであると。「なお」という括弧書きを設けておりますけれども、最終確認画面において、消費者を誤認させる表示を行ったにもかかわらず、これを電子書面等において誤認が生じない形で記載することで取り繕うといったことは許容すべきでないといった記載をいたしております。

併せて脚注21も追記についての御指摘をいただきましたので、電子書面等の記載内容について、最終確認画面の記載事項に加えて、契約に関する事項、事業者の氏名、住所、電話番号等の記載も必要であるとの指摘があったと追記をいたしております。

続きまして、「4 解約場面における対応」でございますけれども、こちらにつきましては13ページをお開きいただきますと、特に返品特約の不当な濫用への対応のところでありますけれども、脚注24でございます。こちらも御指摘を追記すべしといった御議論が前回ございましたので、脚注24でございますけれども、返品特約につきましては、広告に顧客が容易に認識できるように表示しなければならないといった記述がありますけれども、容易に認知できない表示については執行を強化すべきであるといった点を脚注に盛り込ませていただきました。

続きまして、ちょっと飛びますけれども、15ページ以降のDPFに関する規律でございます。ここはまさに前回、議論の振り返りをいたしたところでありますけれども、これについては16ページになりますけれども、DPFに対する義務を設けるべきではないかといった御指摘が前回ございましたので、この点については16ページの脚注28でございますけれども、DPFの提供者に対しては、消費者から申出があった場合の調査義務等の一定の法的義務を課すべきだという御指摘がございました。

ただ、一方で、これは前回の振り返りでも御議論がありましたけれども、広告の審査義

務を事業者に課すといった場合には、国民が受け取る情報の適否に関する判断を一事業者に委ねるといったこともございますので、慎重な配慮が必要であるといった指摘もございましたし、官民でハードローとソフトローを的確に組み合わせていくべきであるという御指摘もございましたので、そういった御指摘をここに書かせていただきました。

一方、脚注29ですけれども、これも前回の検討会でも御指摘がございましたけれども、規律の対象となる範囲はどうなのだという議論もございましたので、脚注29でありますけれども、広告の流通には複数の事業者が関与することも踏まえて、要請の名宛て人については削除等の権限を有している者を対象とできるように規律すべきであるということを書かせていただきました。

DPFについてはおおむね以上になります。

続きまして、19ページになりますけれども、インターネット取引以外の特定商取引への対応ということになります。Ⅳのところになります。

こちらで修正をいたしましたのは、主に21ページです。いわゆる後出しマルチへの対応のところでございます。「(2) 対応」のところになりますけれども、こちらは以前の案では後出しマルチに関して特定利益を収受し得ることを告げた場合にはという、真ん中辺りにあるのですけれども、告げた時点からとしておったのですけれども、それは不正確だという御指摘もいただきましたので、過去の検討会の資料もそうだったので、先行して締結された売買契約または有償の役務提供契約の時点からというふうに時点を改めて明確化させていただいた修正を行いました。

続きまして、22ページになりますけれども、脚注41でございます。こちらはいわゆるモノなしマルチに関する議論でありますけれども、前回の検討会で議論をいただいたところでもあります。特に脚注41の③でありますけれども、いわゆる情報商材・投資商材等の問題については、悪質性が連鎖に由来することではないといった記述がありまして、それは違うという御指摘を前回いただきましたので、その「由来する」に関する記述は削除しておりまして、一方で、③のところにありますけれども、訪問販売、電話勧誘販売、チャット等による勧誘販売等、ほかの手段を含めた対応も重要であるということで、これらを含めた様々な手法を最大限に用いることで対応を強化していくといった記述を盛り込ませていただきました。

続きまして、13ページに参りますけれども、Ⅴの厳正・円滑な法執行の論点でございます。

「2 対応」になりますけれども、(1) 関係機関の連携強化のところになります。こちらは警察との連携も書くべきだといった指摘を前回いただきましたので、1行目にありますけれども、国、経産局、都道府県及び警察との間における一層の連携の強化といった旨を書かせていただきました。

また、「(2) AI技術の活用」になります。こちらは前回の御指摘で違反行為とか表示の内容に加えて、被害実態もAIが使えるのではないかという御指摘もありましたので、被

害実態という言葉も追加させていただきましたし、被害実態のところ、脚注43でありますけれども、PIO-NETの情報というのもAIをかませて分析できるといった御指摘がございましたので、PIO-NETに関する記述も盛り込ませていただきました。

続きまして、25ページに参ります。

その他の指摘事項になりますけれども、まず「1 厳罰化等に係る論点」のところになります。これは脚注47でありますけれども、違法収益の没収も可能とすべきと前回御指摘いただきましたので、この脚注を盛り込ませていただきました。

また、「3 海外事業者への対応」のところ、こちらも前回御指摘をいただきましたけれども、脚注49、次のページに行きますけれども、26ページ目の下のほうにあります、  
「また」を追加いたしまして、DPFの事業者等に国内代理人を置く義務を法定すべきといった御指摘もいただきましたので、その旨、追加をさせていただきます。

最後ですけれども、27ページ目の「おわりに」になります。

こちらについては、悪質な事業者を市場から排除すべきだといった御指摘はありました。パラダイムシフトの検討会の御指摘でもあったわけでありますけれども、こうした要素を入れるべきだという御指摘がございましたので、その旨を下の「また」の段落に入れています。

私からは以上です。

○大屋座長 ありがとうございます。

基本的には、前回の検討会で皆さんから御指摘いただいた内容を反映したものということになるかと思いますが、ただいまいただいた御説明を踏まえて意見交換を行いたいと思います。

各委員から、事務局から説明のあった中間とりまとめ（案）の記載ぶり等に係る御質問、御意見、あるいはその他全体的なコメントをいただければと思います。

御発言がございましたら挙手にてお知らせください。オンラインで御参加の委員におかれては、挙手機能を御活用いただければと思います。

では、島菌先生。

○島菌委員 大屋座長、仲野座長代理及び事務局の皆様におかれましては、先日の検討会での議論を反映し、さらに充実した中間とりまとめ（案）を御作成いただき、感謝申し上げます。

中間とりまとめ（案）については賛成ですが、今後留意していただきたいことという観点で3点だけ申し上げます。

1点目が、9ページ、イのダークパターンの具体的な類型のところについては、修正により記載されたダークパターンの類型は例として挙げられているもので、それらに限定される趣旨ではないことが明確になり、よいと思います。その他の具体的な類型についてはぜひ今後検討をお願いできればと思います。

それから、12ページ、脚注20の最終確認画面の記載との同一性及び記載の明瞭性につい

てですが、記載された内容でよいと思います。もっとも、膨大な定期購入の消費者被害がある中で、最終確認画面に人を誤認させる表示、つまり法12条の6第2項違反があっても立証が困難であるという問題を改善するためには、電子書面の最終確認画面の記載との同一性の内容及びその同一性をどのように担保するかがとても重要になってくると思います。したがって、今後詳細を御検討いただきたいと思います。

3点目として、24ページの脚注45のところで、差止請求の対象となる規定の例が挙げられていますが、ここに記載がなく、ダークパターン規制に最も近い類型のものとして、最終確認画面における表示すべき事項の不記載や人を誤認させる表示があります。特商法第58条の19第2号及び第3号になります。これらについては、適格消費者団体による申入れ等が行われて成果を上げており、件数が限定されている行政処分を補完する役割も果たしていると思います。特に追記を希望するとかいうわけではないのですが、今後の差止請求権の対象の検討に当たり、ぜひ念頭に置いていただければと思います。

以上です。

○大屋座長 ありがとうございます。

片岡委員、お願いいたします。

○片岡委員 まず、今回いろいろ修正いただいた中身について、さらなる修正意見はございません。まとめていただきありがとうございます。

全体、内容が取りまとめつつあるところではありますけれども、改めて事業者側の立場から、今後に向けて幾つかコメントを申し上げたいと思います。

まず、特に今回デジタル取引、特に通信販売を対象とした記載が多いわけなのですが、今もう通信販売はかなりの割合で普及しておりまして、ほぼ多くについては問題なく行われていて、まさにお店に行って買うのとあまり変わらないような体験をしていると思っています。その観点から、やはり問題のあるところにしつかり的確に規律が及ぶように、そうでないところに過剰な規制がかからないようにという観点は忘れていただきたくないと思っています。

これまで9回にわたっていろいろな論点がありましたけれども、今後ここから具体的にしていかなければいけないものについて、事業者側として特に心配しているところについては、まずチャット勧誘の範囲、特に著しく有利な条件を提示してチャットをさせるというのがどういったものが当てはまるのかという部分。それから、ダークパターンについて、最終確認画面の話もあると思いますけれども、ダークパターンについては、黒いケースと白いケース、それぞれどういうものがあるのか共通認識をしつかり持ちたいと思っています。特に事業者に無誤謬性を求めるような、とにかく何か違いが一個でもあったら駄目ですとならないようにお願いします。

それから、広告であると分からない表示というのはどういうものなのか。特商法における通信販売の広告は、実はもうサイトまるっと全部広告ですという考え方だったりしますので、広告であると分からない表示はどういうものなのかという認識合わせが必要です。

それから、注文完了後にメールを送るということになった場合に、その中身と表示方法について。表示方法は特に今、リンク先での表示ということをやっている事業者が多く、それで問題がないところが実はほとんどです。ただし、恐らく問題が集中している場合があると思いますので、ではそこに的確に対応するにはどうしたらいいかということを考えていければと思っています。

先ほど申し上げたとおり、デジタル取引はお店で買うのと大分変わらなくなってきました。取引量もそうですし、体験としてもそうですので、今、例えばお店で物を買ったときに、お店に行くのと物に触れることができると思いますけれども、箱に入っていたら分からないわけで、お店での取引と比較して、あまりに過重な規制をかけないようにしていただきたいと思います。

最後に、結構真面目な事業者は頑張っていて、法改正がある度にすごく真面目にいろいろ対応するのですが、頑張っているなという事業者と契約し、そうではない事業者とは契約しないという世の中が一番いいと思いますし、悪いことをやっている事業者がいれば悪いうわさが立って、そこは使わないというような世の中になっていくといいなと思いますので、そういった方向での取組もぜひ一緒にやっていければと思っています。

以上です。よろしくお願いいたします。

○大屋座長 ありがとうございました。

それでは、佐藤委員、よろしくお願いいたします。

○佐藤委員 どうもありがとうございます。佐藤でございます。

前回欠席させていただいたので、空気を読まない発言をこれからしますけれども、お許しください。

確信犯的なのですが、4ページのところでございます。今、片岡委員のほうから、チャットによる勧誘というところを明確化してほしいというお話がありまして、それはそのとおりなのですが、ただ、そもそもこの話というのは、いわゆる通信販売というものが消費者のほうからリーチしていたのに対して、事業者のほうから来る。つまり、電話勧誘に近いという観点から言うと、チャットに限定される話ではないわけです。実際今回の報告書、案の段階ですが、4ページのところにSNSのメッセージ送信などを通じた個別の消費者への働きかけというところが上から3行目に書かれているわけですが、多分重要なのは個別の消費者への働きかけのところで、あくまでもSNSメッセージの送信機能などはその例示にすぎないはずといえます。ですから、ここはそもそもSNSのメッセージ送信とは何かということを厳格に決めることよりも、個別の消費者への働きかけというところを重点的に規定していくべきなのだと思います。

なぜこれを申し上げるのかといいますと、現状ターゲティング広告などもすごく進化をしていて、かなり特定の個人をターゲティングするようなこともだんだん出てきている状況なので、いわゆるチャットになる前に既に見ている広告が特定の人に対してターゲットされているという状況が出てきている段階なので、SNSであったり、チャットであるという

以前の段階として、電話勧誘に近い状態、事業者が狙い撃ちをしてきているというところがあり得ますので、チャットとは何かというよりは、先ほど申し上げたように個別の消費者への働きかけという観点で見えていただきたいですし、法律をつくる段階でその点は御考慮いただければと思っています。

続きまして、16ページでございます。

今回、事務局のほうで加筆していただいたところで、脚注28のところでございます。ソフトロー、ハードローの組合せはここ10年ぐらい、こういう政府の検討会だと必ず出てきて、最後これで皆さん逃げるのですけれども、重要なことは、海外の事業者さん、もちろん日本に法人をお持ちのところも含めてなのですけれども、母体が海外にある法人は必ずしもソフトローに従ってくれない。ハードローで規律しておかないと、結局本国の本社が対応することを認めてくれないという、結構日本法人の方々からはそういう悩み事を聞く。自分たちはソフトローに従おうと思っているけれども、本社が言うことを聞いてくれないので対応できませんみたいなことになるので、あまりソフトローを前面に出さないほうが私はいいと思っています、実は前の段階はあまり出ていなかったのと言わなくてもいいなと思っていたのですけれども、ここはむしろそういう問題が出ないようにしていただきたいと思います。

続きまして、26ページの脚注49のところでございます。

ここは加筆いただいている、「また、海外デジタルプラットフォーム提供者等に国内代理人を置く義務等を法定すべきとの指摘もあった」、これはそのとおりなのですけれども、問題なのは、今いわゆるSNS側のほうでいろいろ問題があって、SNSに関しては比較的海外事業者でも日本法人を持っているところが多いし、特定商取引法の関係があるので、販売をするようなところも日本法人を持っているからいいのですけれども、問題は広告代理店のほうで、海外のネット広告の大手でも、部門によっては日本法人を持っているけれども、肝心の広告に関しては日本法人を置いていないというケースもあるかと思います。というか、実際あるわけです。それを考えますと、海外デジタルプラットフォームの提供者などの定義が意外に鍵で、ここをネット取引に限定をするのか、広く広告まで広げるのかによって結構分かれてくるところなので、消費者保護の観点から言うと多分広げたほうがよくて、広告代理店まで入れていただいたほうがいいのかと思っています。

それから、最後の質問ですけれども、前回の議事録を読んでいて、議事録の後半で大屋座長のほうから私の名前が出ていて、それは登録するときに戸籍名がいいのかどうかの問題がございます。座長の御指摘どおりでして、日本人の名前の漢字は非常に数が多いです。現状、漢字のフォントが作られているという段階で6万文字ぐらいです。さらに、官報とかだとさらに多くの漢字を持っていて、ワタナベのナベだけでも官報が使っている字だけで140個あります。ほとんど判別不可能なのです。実は明治時代に戸籍登録したときに、書き間違いがほとんどと言われているのですけれども、現状、戸籍の名前は名前なのですけれども、仮に戸籍の名前にして正しい漢字にしたとすると、事業者であったり、比較的

早い段階からネットを使っている方は、戸籍の漢字とは違う漢字の表記をふだんパソコンとかスマートフォン上でしていることが多い。最近のパソコンとかスマートフォンは、対応する漢字のフォントの種類が増えたのですけれども、昔からそれを使っているからそのまま通している人がいらっしゃるので、戸籍にしたほうが一意に特定できるというのはそのとおりなののですけれども、ただ、それによって逆に特定できなくなるケース、実際の戸籍とはふだん違う名前を使っているというケースもあるので、そこにあまりこだわらないほうがいいのかと思っております。

以上でございます。

最後に、ここまで取りまとめをしていただいて、事務局、座長、本当は座長から言わなければいけないのですけれども、どうもありがとうございましたということで終わりたいと思います。

○大屋座長　ありがとうございます。

SNSチャットについては、5 ページのイの冒頭のところで詳細に記述がされていて、SNSチャットというのはあくまで主たる例示であるということで、双方向のやり取りのための文字情報等の送信であるという書き方になっているかと思えますということでしょうか。

ほかに事務局から何か。

○加来取引対策課長　先ほど御指摘いただいた広告の人たちも対象とすべきではないかという議論がありましたけれども、16ページ目に、これは前回、第8回で御議論させていただいたのですけれども、そこを書かせていただきまして、下から7行目ぐらいですか。インターネット取引の基盤提供者等というところがございます、括弧の中に、取引デジタルプラットフォーム提供者にとどまらず、広告表示の画面を提供している広告SNSのプラットフォーム提供者等と書かせていただいています。ただし、脚注19であるとおりで、広告を削除する権限がある人としておりますので、それを念頭に置いているということがございます。

○大屋座長　それでは、続きまして、山家委員、お願いいたします。

○山家委員　まず、座長、事務局の皆様におかれましては、これまで非常に幅広い論点について丁寧に取りまとめていただきまして、ありがとうございます。

大きな方向性について異論がないということは前回も申し上げたとおりでございますけれども、今後の具体の検討に向けまして4点ほどコメントを申し上げたいと思います。

まず1点目は最終確認画面について、取引の実態に応じて柔軟な制度設計を改めてお願いしたいというところがございます。今回、支払総額の表示ですとか、取引条件の分離表示の禁止等が示されておりますけれども、特に後者につきまして、形式的に全ての情報を一つの画面に押し込もうとしますと、それ自体が目的になるべきではないなということを念のため申し上げたいというところがございます。

この点、前回の議論でも取引条件を段階的に提示していくことがかえって重要事項の認識を容易にする場合があるというコメントがほかの委員からあったと思いますけれども、

インターネット取引、一般的な物販からサブスク、デジタルコンテンツ、アプリ内のやり取りとか、いろいろなものがあり得ます。また、スマートフォンの画面というのが、いろいろ表示はできるのでしょうけれども、そんなに大きくありませんし、一覧性には限界があるなと思っております。なので、1画面に情報を詰め込むよりも、重要な事項を分かりやすく提示して、必要に応じて段階的な表示とかリンクを活用するというのが、消費者の理解を促進する場面があるのはきっとそうなのだろうと私は思っていました、したがって、今後の下位法令では問題のある分離表示というのをちゃんとターゲットにしながら、問題のない創意工夫というものを許容するように、柔軟性のある制度設計にさせていただいたらありがたいなと思ってございます。

2点目、注文完了後の電子書面交付についてでございます。注文後に消費者が自ら申し込んだ内容を確認できて、必要に応じて解約等の権利を円滑に行使できるようにするという方向性自体について、もちろん異論ございません。

1点だけ、脚注21として事業者の氏名、住所、電話番号等も電子書面等に記載すべきであるという御指摘を今回追記いただいていると思います。販売事業者の特定ですとか必要な場合の連絡先確認ということが重要である点についても異論はないのですけれども、ただ、通信販売においてこれらの情報というのは既に特商法上の表示で提供されている、既に表示がなされている情報であるということがまず一つ。

また、販売業者等の連絡先は不変のものではない、変わり得る。なので、耐久性のある媒体に、本文に書くことということが果たして本当にユーザーフレンドリーなのかどうか、全てそうあるべきなのかということについては、私は慎重に考えるべきだと思っております。

ここについても、少なくともリンクを許容するとか、現行の実務・実態をよく御確認いただいた上で、現実的に対応可能だという方向を見いだしていただけるとありがたいと思っております。

3点目、ダークパターンについてです。ダークパターンについて、前回の検討会で両方向から意見があったと思います。つまり、虚偽・不明瞭な表示にとどまらず、事業者の意図する方向に消費者を誘導して、意思決定を歪めるような手法を広く捉えるべきだという御意見の一方、別に相反するものではないのですけれども、事業者の意図する方向への誘導自体を広く問題視すると、一般の販促活動が広く入ってしまう可能性があるよねと。なので慎重に検討する必要があるという意見を私は申し上げたところだったのですけれども、この点、どちらか一方の意見を取るということではなくて、この議論自体が今後の制度の具体化において何を問題のあるダークパターンとして切り出すか検討する上で大事な視点かもしれないなと思っているところがございまして、こういう両面の意見があったということを分かるように脚注に書くということも一ついいのではないかと思ったという次第でございます。

4点目、少し細かい話ですけれども、広告の識別について、10ページ目の脚注16の辺り

の関連の議論であるのですけれども、消費者が広告の商業的性質を認識できることが重要だというのはそのとおりだと思っております。広告業界のほうでは、インフォメーションマークですとか、既に実務上用いられている識別、情報開示の方法もあると聞いております。ですので、今後の具体化に当たっては、特定の文言とか表示形式を一律に求めるというわけではなくて、既存の業界の実務とかも関係事業者に聞きながら検討を進めていただければありがたいと思っております。

最後になりますけれども、今後、個々のサービスとかシステムがどのように設計・運用されているかということがより検討に当たって重要になっていくかなと思っております。私どもといたしましても、取引の実務・実態の観点から必要に応じて情報提供させていただきながら、消費者にとっても分かりやすく、また、健全な事業者にとって創意工夫とか消費者の利便性を損なわないような制度設計になるように、引き続き議論に貢献させていただきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

以上でございます。

○大屋座長　ありがとうございました。

それでは、万場委員、お願いいたします。

○万場委員　ありがとうございます。

まとめについて、この期に及んでとやかく申し上げるものではありませんけれども、改めて私の気持ちをお伝えしておきたいと思います。

片岡委員もおっしゃっていましたが、大半の事業者はまともな商売をしていると。大半のお客さんも上手に通販を利用されていると。やはり14兆円、15兆円、経産省の発表ではもう20兆円を超える市場があるということでもありますから、信頼されていなかったらそれだけ売上げが上がってくるわけがないと。だから、大半の人はうまく利用されていると。ごく一部の悪質なものに対してどう対応するかということが、この検討会の主たる目的であったのかなと思いますので、そこら辺を勘案していただきたいということが一つ。

施行後、検証をしっかりとやっていただきたい。恐らくこのままいきますと下位法令あるいはガイドライン等で事業者の負担が今まで以上に大きくなるだろうと思いますので、ぜひとも施行後の検証をしっかりとやっていただきたいと思っております。

もちろん別の場を設けて法令を検討する際には、事業者の意見も聴くと、消費者団体の方の御意見も聴く機会があるということでしたので、個別具体的なところはそこで議論していきたいと思っております。

それから、これはあくまで中間とりまとめということですので、後工程というか、最終的な取りまとめというのは結局、法令や下位法令をつくるということが取りまとめになるのかなというところで確認をしたいということが一つございます。

それから、消費者契約法の検討会と合同で検討会をやるというお話もあったやに聞いておりましたけれども、それは今後どうなるのかということをもし可能でしたら教えていただきたいと思います。

以上でございます。

○大屋座長　ありがとうございます。

これは事務局から。

○加来取引対策課長　中間とりまとめを取りまとめた後の工程はまだ正式には決まっていないのですけれども、我々はこれから法制作業に入ってまいりますので、そういった議論を踏まえながら、最終とりまとめをどうしていくかはまた相談させていただければと思っています。

合同検討会につきましては、こちらについてはまだ何も決まったものはございませんので、今後の検討次第かと思います。

以上です。

○万場委員　今後あり得るということでしょうか。

○加来取引対策課長　可能性としては。また省内でも検討してまいります。

○万場委員　分かりました。ありがとうございます。

○大屋座長　合同で開いたら、私はどこに座ればいいのかという気がちょっとしたのですが、いいです。ごめんなさい。

正木委員、お願いいたします。

○正木委員　ありがとうございます。

前回も申し上げましたが、とりまとめ全体については賛成ということでございます。

ただ、12ページの脚注20、一番最後、昨日の夕方に足された括弧書きのところは蛇足だったのではないかと。削除したほうがいいのではないのでしょうか。ここは何が書いてあるかというと、「最終確認画面を適正なものとしましょう」ということと、その内容との同一性、記載の明瞭性などを考えながら、「分かりやすく消費者に提供する電子書面を出しましょう」ということがありまして、それぞれ評価されるべきものだと思います。最終画面が適正であること、電子書面が適正であることはそれぞれ評価されるべきもので、両方一体で総合評価するものではないと思います。しかし、ここの「なお」というところで書いてあることは、最終画面は誤認させる表示、例えば定期購入なのにお試し購入のように見せて誤認をさせる。一方、電子書面では、誤認が生じない、正しい形で見せた場合について、それは「取り繕っている」のだとの評価です。つまり、悪人は最終画面でも人をだましているのだから、電子書面のほうもどうせならばだまして真っ黒になれ、電子書面で取り繕うなどということはよろしくない。電子書面のほうで誤認が生じない形で記載することがよろしくない態度として評価しているように見えます。そうではなくて、少なくとも電子書面で例えばいわゆる定期購入だと気づけば、その消費者も引き返せたりするわけですから、電子書面が適正であったことはそれとして、評価されるべきものだと思います。ここの表現は、気持ちは分かりますが、書き過ぎてしまったのではないのかと思います。

それから、今、万場委員のおっしゃったことですが、法制審議会や労働政策審議会であれば、法案の要綱のように、本当に法律の最後の具体のイメージが出るところまで

審議会で提示されるので、我々はその内容を分かったうえで了承することができます。労政審など、公労使の審議会委員が、最終的にどんな行政通達が出るのかといったことまで確認します。一方、消費者庁の検討会の場合、報告書の後には、いきなり法律になったものが示されることになるわけです。ところが、今回は議論の当初から、そういうところにも配慮しましょうということになり、27ページの「おわりに」のところで、「下位法令やガイドライン等の策定に際しては別途検討の場を設け、有識者、消費者団体、事業者団体等の意見を丁寧に聴取し、取引実態を踏まえた検討を行う」のだと書いてあって、ここがとても素晴らしいところだと思っています。ぜひこの部分を担保していただいて、この後いろいろ具体論を進める際にも、丁寧な意見聴取の場をつくっていただければと思います。

いずれにせよ、本当に大屋座長、仲野座長代理、事務局の皆さん、大変な取りまとめをしていただき、どうもありがとうございました。

以上です。

○大屋座長　ありがとうございます。

それでは、続いて土井委員、お願いいたします。

○土井委員　ありがとうございます。

まずは座長はじめ、事務局の皆様、取りまとめありがとうございます。

昨日、前回の議事録を見直していたら、ほとんど言うべきことを言ってしまったので短く申し上げますが、これから法案作成、それから下位法令等の議論に移るわけですが、いずれにしろ新たな規律ができれば、事業者サイドに何らかの新たな負荷が生じると思っておりますので、それが特に中小企業・小規模事業者にとって過度にならないように御配慮をいただきたいと思います。

また、先ほど来、片岡委員や山家委員などから発言があったように、まだまだ細かいところを詰めていく項目があると思いますので、そこについては特にその分野に精通されている事業者の意見を聴いていただければと思っております。

最後に、事業者サイドに何らかの負荷が生じることが、結果的に消費者の方の負担になるということになってはいけないと思っております。そのためには、今回議論した新たな規律により、悪質な事業者を市場から徹底的に排除していくということが重要だと思います。また、今回盛り込む予定の新たな規律に対応していない事業者を消費者の方が選ばないということが何よりも重要だと思いますので、法律や下位法令の制定、それからその後の消費者教育を含めて、普及を図っていただければと思っております。

私からは以上でございます。

○大屋座長　ありがとうございました。

それでは、続きまして、高芝委員、お願いいたします。

○高芝委員　中間とりまとめ（案）をありがとうございました。

本日は、2点だけ、補足のコメントをさせていただきます。

1点目は、9ページの関係になりますが、インターネット取引は急速に拡大している分

野ですので、インターネット取引における誇大広告等については、下位法令やガイドラインなどで、「判断基準」ないし「事例」等を示していただけますと、事業者にとっても、消費者にとっても、取引を円滑に行う上で、非常に有用と考えられますので、中間とりまとめ（案）にも記載していただいているとおり、ぜひ前向きに検討していただければと思っています。これが1点目です。

2点目ですが、今後、この中間とりまとめをベースに細部を詰めていかれると思いますが、19ページの「レスキュー商法への対応」と21ページの「いわゆる後出しマルチへの対応」については、前回の検討会で意見を述べさせていただきましたので、参考にしていただけましたら、幸いです。

以上です。

○大屋座長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、郷野委員、お願いいたします。

○郷野委員 まず、大屋座長、事務局におかれましては、多岐にわたる論点を丁寧に整理いただき、今回の中間とりまとめとしてまとめていただいたことに感謝申し上げます。

全国消団連としましては、今回のとりまとめ全体について、デジタル化した取引環境に対応するとともに、消費者の自由で自主的な意思決定を守るための方向性が示されたものとして評価しております。特にSNSやチャットによる勧誘について、電話勧誘販売と同様の規律を基本とする考え方が示されたことや、ダークパターンなど消費者の意思決定を歪める表示、UIへの対応が整理されたことは重要な前進だと考えています。

契約の場面については、インターネット取引では表示が複数の画面に分散するなどして、消費者が契約条件を十分に理解しないまま申込みに至ってしまうケースが少なくありません。今回、最終確認画面の重要性が改めて整理されたことは評価しています。今後の制度設計においては、価格や契約期間、解約条件などの重要事項が消費者に分かりやすく示され、消費者が内容を十分確認し、納得した上で申込みができる仕組みとなることを期待しています。

解約の場面については、契約は容易にできる一方で、解約しようとするとは複雑な手続や分かりにくい画面設計などによって断念せざるを得ないケースがあります。消費者が契約したときと同程度に容易に解約できる環境を確保することは極めて重要だと考えます。契約から解約まで一貫して、消費者の自由な意思決定と選択の自由が保障される制度となることを期待しています。

今後は実効性の確保が大きな課題だと考えています。今回、デジタルプラットフォームやSNS事業者との連携強化の方向性が示されたことは評価いたしますが、消費生活相談の現場では、悪質事業者が広告やアカウントを次々に変えながら被害を拡大している実態や、解約や返金を求めても事業者と連絡が取れない事例が引き続き見られます。そのため、要請や自主的な取組が実際に被害の未然防止や拡大防止につながっているのかについては、今後も継続的な検証と改善が必要だと考えます。

また、中間とりまとめでは、広告表示義務の徹底やプラットフォームへの是正依頼が示されていますが、被害回復の観点からは、消費者が適切に事業者へ連絡し、権利行使できる仕組みが確保されることが重要です。今後の制度設計においては、消費者被害の未然防止だけではなく、被害が生じた場合の救済や被害回復の実効性という視点からも、さらなる検討をお願いしたいと思います。

消費者被害は、一度発生すると回復が難しい場合が少なくありません。未然防止と被害回復の双方の観点から制度設計が進められることを期待します。あわせて、多数の消費者被害の未然防止と拡大防止の観点からは、適格消費者団体による差止請求制度についても実効的に機能する仕組みとして位置づけられることが重要であると考えています。

今回示された方向性が、消費者の自由で自主的な意思決定を守り、安心して取引できる環境の実現につながるよう期待しております。

以上、よろしく願いいたします。ありがとうございました。

○大屋座長 ありがとうございます。

それでは、続きまして、大森委員、お願いいたします。

○大森委員 ありがとうございます。

中間とりまとめにつきましては、本当に緻密に取りまとめていただいたということで、ありがたいと思っております。本当にお疲れさまでございました。

訪販と連鎖に関しましては、特に問題のあるものに焦点を絞って、的確に対応していただいているのではないかと思っております。今後作業を進める上で、規制行為についてはいろいろ細かいところで定めがあると思いますけれども、健全な事業者にとっても予見可能性がしっかりできるように作業を進めていただければと思います。

一方で、いつも問題になるのですけれども、法令を守らないという人が一部にいます。特にレスキューと点検商法につきましては、事例を見ると本当にこういう人たちがこの業界の中で動いているのだなというのは非常に残念に思うような事例がございます。

その一方で、法律を知らないで動いている人たちもいます。これが例えば一人、個人事業主みたいな人たちが動いているということがあるのですけれども、法律のクレーリング・オフなども知らないで、書面の中もどうやって書いたらいいか分からないような人たちが動いているという人たちがいます。

私、毎回これを思い、言っているのですけれども、法律の周知というのは、一辺倒のやり方ではなかなか行き渡らないと思います。我々業界団体としてもいろいろなやり方をしておりますけれども、前にも申し上げましたが、行政の方にぜひ音頭を執っていただいて、広く適切に法律の内容が周知できるように、小売業界だけではなくて、いわゆる訪販業界だけではなくて、メーカー、卸、団体、あるいはいろいろな組合があります。そういったところも通じて、本当に緻密に法律の中身が知られるように、ぜひ御尽力を賜りたいと思います。

以上でございます。

○大屋座長　ありがとうございます。

それでは、殿村委員、お願いいたします。

○殿村委員　ありがとうございます。

大屋座長、事務局の皆様、本当に取りまとめお疲れさまでございました。ありがとうございました。

内容の大きな方向性についてコメントございませんという点は前回と同様ですけれども、細かな点も含めてコメントさせていただきます。

1点目が、先ほど、チャット等の範囲について改めて議論があったかと思うのですけれども、確かにいわゆるチャットというものに限定する必要はないと私も思う一方で、いわゆるターゲティング広告なり個別性があるマーケティング手法を全てここで拾うという議論ではなかったのかなと思います。あくまで2階建てという今回の取組の中で、より悪質性の高いものを2階部分に該当するものとして明確化して、その分1階部分よりも重い義務を課していくというお話であったのではないかなと思いますので、今後も、2階部分に何を入れていくのかという議論は継続して行われるべきかなと思いますけれども、この会では基本的にチャットのものをイメージされていたのではないかなと思いました。

もう一つが後出しマルチのところで、起算点と言うのですか、遡ってみなしますというところ、規律を全て確認しているわけではないのですけれども、遡らせてしまうことでかえって消費者側に不利にならないように留意する必要があるかと思います。例えばクーリング・オフの起算点についても、脚注で書面を交付しなければ起算されませんというお話があったと思うのですけれども、逆に書面が交付されてしまっていた後に、後からやはりマルチですとみなされたときに、クーリング・オフをいつまでできるのかという辺りですとか、その辺りも含めて今後詰めていかれるのかなと思うのですけれども、趣旨に基づいて御検討いただければと思います。

全体について、ほかの委員の皆様が申し上げたことに尽きるかなと思っているのですけれども、今回特に具体的な法令ですとか下位規則等のつくり込みによって大きく運用が変わってくるところかなと思いますので、その辺りはぜひ事業者ですとか消費者側の意見を聴いていただいて、今回もともと悪質事業者をきちんと取り締まるというところが大きな目的だったと思いますので、どういう規律を設けておけば省庁側として執行できるのか、もしくは消費者側として権利行使ができるのか、逆に執行や権利行使を今妨げているものは何なのかというところ、大きな視点を意識していただいて、重要なポイントを押さえていただくことが重要であると思います。あとのところについては、ある程度真面目にやっている事業者については裁量を認めていただくような形にさせていただいて、めり張りをつけるような形にさせていただくというのが理想ではないかなと思っています。

以上です。

○大屋座長　ありがとうございます。

河村委員、お願いいたします。

○河村委員　ありがとうございます。

取りまとめありがとうございます。

全体的にはもういろいろと申し上げてきたので、特にこの箇所は、ということはないのですけれども、中間とりまとめ前の最後の機会なので、コメントさせていただきたいと思っています。

今回、デジタル・特商法という名前の検討会でございまして、デジタル、ネット社会に特化した商取引の中で、チャットの勧誘のことですとか、ダークパターンのことですとか、ルールがつくられていくという方向性は私たちが強く望んでいたものですので、喜ばしく思っています。ダークパターンについては細かいことはこれからということなので、海外の規定なども十分に参考にして、よいルールがつくられていくこと、そこに消費者の意見も反映させていただきたいと思いますし、大いに期待しているところでございます。

ただ、一方で、先回も申し上げましたけれども、デジタルではなく、従来の特商法の分野では、期待どおりだった部分もありますが、特商法のそもそもの趣旨とか哲学に縛られるといいますか、そこから外れわけにはいかないという論理でしょうか、なかなか難しいことなども出てきたので、そこは将来、今後に向けて、特商法の趣旨に永遠に縛られなければいけないということもないと思いますので、せっかくデジタル社会に向けてということで大きく捉えたルールのつくり方というのも今後、その在り方を、引き続き考えていただきたいと思いますといひ思います。

マルチ商法や訪問販売といった、ある種古典的と言ってもいいような商法につきましては、今回期待したような深まった議論ができたとは思えないところがあり、そもそも論点にあまり上がらなかったというような気がいたしております。

その部分については、デジタルと相まった部分もありますし、従来通りの非常に古典的な部分もありますが、いまだにそういう世界があるわけですから、デジタルだけに注目するのではなくて、そういうある種古典的な商法の被害について、特商法を所管している消費者庁として、ぜひ被害をなくす方法で、新たなルールを必要に応じて入れていただきたいと思います。

非常にしつこくて申し訳ないですけれども、訪問販売につきましては、訪問販売法ができた頃と本当に大きく社会は変わっておりまして、高齢化率であったり、独り暮らしの方、二人暮らしの高齢者の方、社会も本当に大きく変わりをまして、電話帳や住所録が当たり前だった時代と今とは全然違います。社会の意識や在り方が全然違うので、そこは変わっていくということが必要なのではないかなと思っております。

政府というか、厚労省としても、障害のある人、認知症の人も含めて、社会の中で、地域の中で自立して生きていくということを推奨しているわけですから、自宅が一番安心できる場所になるべきですし、一人で家にいると被害に遭う可能性があるということ自体が私は本当におかしいと思っているので、もちろん営業の自由というか、事業者の方たちは

そういう主張をされますけれども、訪問販売の形も変わっていつていると事業者団体の方もおっしゃっているのですから、そこは頑なに踏み込んではいけないかのようにならないで、また、社会に影響がないように適用除外などいろいろな方策を考えながら、社会に合ったルールを、特商法の世界として今後考えていつていただきたいと強く思っております。

それから最後、一点、確認だけさせてください。22ページのモノなしマルチのところの脚注41の③なのですけれども、ここは先ほどの御説明で、悪質性がマルチに由来するものではないという脚注が落ちたところですが、そこに別な記述が入ったのですが、これは確認なのですが、モノなしマルチの被害に関して、訪問販売、電話勧誘販売、チャット等による勧誘販売の手法を使って踏み込んでいくという意味でしょうか。それとも、情報商材、投資商材などを売るということについてなのでしょうか。確認するまでもないことかもしれませんが、質問させてください。

○加来取引対策課長 御理解のとおりと思います。

実態を見ると、モノなしマルチの事例とかというのは、結局電話勧誘とか訪問販売しているケースもありますので、そういったケースは既存の規律を用いて規制していくということと考えております。

○山本取引対策課課長補佐 あと1点補足申し上げますと、今回、チャット勧誘の新たなルールが入るということは、モノなしマルチでもSNSを起点とする被害というのは我々も非常に多いと認識していますので、今回新たに入る可能性がある規制も踏まえて、全力をもって対応していくといった記載とさせていただいております。

○河村委員 確認できました。ありがとうございます。

そうであるならば、ほかの手法を最大限用いるためにも、訪問販売については今回踏み込まれていないわけですから、ぜひモノなしマルチに対応していくためにも、ここに並べられたほかの手段を含め、今後引き続き、効果的に対応できるような形にしていくための検討を進めていただけたらと思います。

以上です。○大屋座長 ありがとうございます。

それでは、川野委員、お願いいたします。

○川野委員 大屋座長をはじめ、事務局の皆様、前回の意見を取り入れた充実した取りまとめを本当にありがとうございます。感謝申し上げます。

私のほうからは、もうほぼ異論はないのですけれども、まずチャットによる勧誘なのですが、今まで通信販売というのは消費者にとっては本当に事業者さんからの勧誘などのない安心した取引、自分でカタログを見たり、ネットで広告を見たりして、自分で選んで、特に悪質商法になるというようなことはなかったのですけれども、SNS、メッセージ、チャット等で個別に働きかけられて、想定外の購入へ誘導される被害が非常に発生しております。今回、電話勧誘販売と同等の規律を設けるということで、消費者も相談窓口のほうも本当に期待をしておりますので、実効性のある法改正を期待しております。

それから、定期購入ですけれども、今でも消費生活相談窓口では相談員に話を聞きますと、

定期購入がまだまだあるのですよということで話があります。注文完了後の電子書面交付ということで、本当に待ち遠しい、相談窓口ではまだなのですか本当に私のほうにもどういう改正になっているのですかということで相談現場から聞かれるぐらいまだまだ相談がありますので、ぜひ実効性のある電子書面交付ということで、潜脱性のない法律改正になればいいと希望しております。

ダークパターンなのですけれども、ここの案の中に誤認する表示とか規定が幾つか、こういうものはダークパターンですという手法を挙げていますけれども、今、AIの進展が非常に私ども消費者が考える以上に進んでおりまして、今ここでこういうものがダークパターンですよと言っても、多分この法改正が終わったときにはもう既に新しいAIを取り入れたものが出てくるのではないかと思いますので、そこはその都度見直しをしていただいて、新たなAIを使ったようなダークパターンとか、通信販売の広告とかも見直しのところを短期間に置いていただいて、その都度、消費者が被害に遭うようなものについては排除していただきたいというのが希望です。

それから、私どもは消費者教育をする立場ですので、この検討会に入らせていただいて、正当できちんと法律を守っていらっしゃる事業者さんもたくさんいらっしゃるということで、今は悪質商法は悪質なものはこんなものだということで、こういうところを法改正していくのだということで、悪い部分を私どもも法改正になれば消費者教育で啓発をしていくわけなのですけれども、正当な誠実な事業者さんもたくさんいらっしゃるのです、そういう事業者さんを選ぶためには、どういうところを見ていけばそういった事業者さんのほうと契約ができるのかというところを、これから一緒に事業者さんと連携して、通信販売だったらこういうところを見ていけばいいのですよという内容を啓発に取り入れて、今までは悪質商法はこういうものですよ、こういう被害があるのですよ、こういう手口があるのですよということを啓発してきたわけですけれども、そういうきちんとした事業者さんを選ぶ方法も一緒に啓発をしていきたいと思いますので、事業者さんとも連携をしていければと思いますので、よろしくお願いいたします。

以上です。

○大屋座長　ありがとうございました。

それでは、大変お待たせいたしました、オンラインで樋口委員から御発言をいただきたいと思います。

○樋口委員　ありがとうございます。

皆さんも御発言されたとおりで、前回から10日もたたないうちに、このようにいろいろな意見をうまく取りまとめていただいて、座長をはじめとして、消費者庁事務局の皆様方の御尽力に大変感謝申し上げたいと思います。

拝見させていただいて、私、NACSを代表して出席しておりますので、NACSとして見解を申し上げさせていただきたいと思います。5点ほどです。

まず2ページ目の2段落目のところなのですけれども、前回の「デジタル社会における

消費取引研究会」のことについて、私が発言させていただいた点を取り上げていただき、「技術的専門性の側面について議論がなされた」と修正された点については、この研究会の性格が明快になったということで評価させていただきたいと思います。本当にありがとうございました。NACSとしてもこれについては本当にありがたく思っております。

それから、8ページ～10ページにかけてのダークパターンについての対応の件なのですが、片岡委員、山家委員、それから川野委員からもありましたとおり、ダークパターンを用いる広告というのは、意図的でなくて、一般的に善良と言われている事業者でも陥りがちな広告の手法ということは頭に入れておいていただきたいと思います。今さらそれをここで盛り込んでいただきたいとも申し上げませんが、事業者が陥りがちな手法でありますので、やはり今後も事例の検証や整理をしていただいて、継続的な考察をしていただきたいと思います。ヨーロッパでは、ダークパターンに関して、特に法令が非常に進んでいっておりますので、そこも参考にさせていただきながら、今後も継続的に考察していただくということが望ましいかと思います。よろしくお願ひしたいと思います。

3点目は、何度もしつこくて本当に申し訳ないのですが、皆さん方もおっしゃっていましたが22ページの「モノなしマルチ」の件でございます。③の脚注は入れていただいて、今、課長から御説明をいただいて、そこは本当に納得するところなのですが、やはり脚注①の不当勧誘が行われなければ、モノなしマルチを実施でき得るような表現になっている点については、今後もしっかり考察、検証をしていただいて、何らかの手法を今後取り入れていただくようなことも検討していただければありがたいと思います。

それから、最後2つなのですが、27ページの「おわりに」で2段落目、先ほど正木委員などからも御発言いただいておりますけれども、制度の具体化に当たって、今後も引き続いて議論を実施していただきたく思っております。でき得ればなのですが、官民協議会的なものを取り入れていただいて、この制度の具体化を継続的に詰めていただくようなことができればありがたいかなと思うところでございます。

最後ですが、ここも私、先回申し上げさせていただきました。「悪質な事業者を市場から排除する」ということ、本当にこれが肝になることだと思いますので、この文言を最終的に入れていただいたことも、この検討会の意義が明確になったと思いますので、非常に感謝しているところでございます。

私もNACSとしましても、今後も適正なデジタル取引に向けて、事業者、消費者、そして業界の方たちとご一緒に検討させていただきながら、協力をさせていただければと思います。

本当にどうもありがとうございました。

以上です。

○大屋座長　ありがとうございました。

島菌委員はもう一回ですか。

○島菌委員　先ほどの正木委員の脚注20の御発言についてなのですが、そもそも本文のほ

うで最終確認画面の記載との同一性及び記載の明瞭性を担保するということが書かれていて、これはもう検討会の初めからずっと一貫して書かれていたことであって、皆様から御異論がなかったところであると思います。

これはなぜかという、もともとの出発点の一つとして、定期購入などで誤認させるような表示があって、定期購入ではないと誤認させるとか、解約が難しいのに解約できるなど、誤認をさせるような表示がある場合は、本来は取消しができるのですけれども、それが結局立証できないということが非常に大きな問題になっているので、立証する手段が必要ということがあったと思います。ですので、交付される電子書面については、立証の一手段という面もあるので、基本的には記載は同一性及び明瞭性が担保されなければいけないと思います。

これは、最終確認画面ももちろん分かりやすいものでなくてはいけないし、交付される電子書面も分かりやすいものでなくてはならないということです。先ほど両方併せて分かりやすいものであればいいのではないかという話があったのですけれども、そもそも人を誤認させる表示というものの自体が認められないと法令上規定されていますので、両方併せてでは駄目で、最終確認画面自体が分かりやすいものでなくてはならないのです。

さらに、交付される電子書面についても、同一性があり、分かりやすいものでなければならないということだと思いますので、注の記載については何ら問題ないと思います。そもそも善良な事業者であれば、消費者を誤認させるような表示は行わないと思いますので、問題はないと考えております。

以上です。

○大屋座長 続きまして、佐藤委員、お願いします。

○佐藤委員 ありがとうございます。

今、島菌委員からもお話のあった脚注20のところでございますけれども、このところはほかの委員の方から括弧のなお書きのところを削ってもいいのではないかといいところですが、そもそも最終確認画面で消費者を誤認させているところが問題なわけで、仮に電子書面によってそれを気づけばいいのだということをおっしゃった方もいらっしゃいましたけれども、そうすると最終確認画面は虚偽でもいいということになってしまいますので、ここはなお書きをあえて取るという指摘は別にしなくてもいいというか、むしろよろしくない行為を許容することを求めていると聞こえてしまうのではないかといいことをまず申し上げておきます。

次に、あと2点言い忘れたことを申し上げるのですけれども、まず1つ目なのですが、悪質な事業者がなかなか捕まらない事業者へのリーチの問題があって、このタイミングでアイデア的なことを言うのは非常によくないのですけれども、やや副作用があるのですけれども、事業者の住所とか氏名以外に、法人コードを使う方法もあります。法人コードは、一部の事業者さんは既に記載をしていて、ただ、問題は、全ての事業者さんがその法人コードを持っているわけではないということがあって、ただ、法人コードがあるところは

書いてくれば良いといえます。このタイミングで指摘することではないのですけれども、特商法の表示義務の中に事業者の表示義務に入れてしまうというのは一つの考え方。国税庁のウェブページから法人コードは調べられるので、これは一つの方法ということです。御検討くださいということです。

それから、8ページのダークパターンのところです。包括的な規律が必要という御指摘をいただいて、まさにそのとおりなのですから、ただ、ダークパターンは本当に日進月歩でどんどん変わっていくところなので、規律だけ包括的にしても実はあまり機能しなくて、消費者庁側のほうの体制強化、ダークパターンを監視して追隨していくだけの機動力を持っていたきたいわけなので、この検討会の資料というのは、事務局がとりまとめをお書きになった部分が多いと思いますけれども、あくまでもこの検討会側の意見ということなので、検討会側として消費者庁の体制強化というものをぜひ入れていただけないかと思っております。

以上でございます。

○大屋座長　ありがとうございます。

法人番号の点はアイデアをいただいたということで、今後の検討に生かしていただければと思いますが、私も一応事業者なのだけれども、法人でないところがインボイス番号すら持っていない、こういう生き物もいるというのをどうするかということが課題かと思いました。

その他いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

では一当たり御意見をいただいたということで、この辺りで本検討会の中間とりまとめに入りたいと考えております。

大方この中間とりまとめ（案）の文言でよろしいということについては、皆様から御理解をいただいたかと思えます。ここまで詳細な文言を作り込むことができたのは、最後のところで渡された加来課長も大変だったと思うのですけれども、それ以前の段階で前課長の遠藤さんが皆様方と相当幅広に丹念なコミュニケーションを取ったということの成果かと思っております。私は当日ここに来てこうやって皆さんを指名して回っているだけの係ですので、この内容できちんとまとめることができたのは本当に事務局の方々の御尽力のおかげだと思っております。改めて厚く感謝を申し上げたいと思います。

また、この内容で合意できたのは、もちろん事務局のコミュニケーションもよかったと思いますけれども、やはり問題は悪質事業者なのだとということで、もちろん消費者団体の方々のターゲットはそこだけですが、善良な事業者の方々としても、彼らをちゃんと切り離して市場から退出させることがメリットになるのだということを前提に議論しましょうということで、スタンスの一致をいただいたということが非常に大きかったと思っております。

結果的に、このような形で基本的な案ができて、私はできたかなと思っているわけですが、問題は次に魂を込めなければいけないということで、これで粗々はいいのだけれ

ども、具体的にどのようなルールにするか、下位法令でどのように規律していくかというところが非常に重要だと思っております。ここについては、一つは消費者団体の方々からは従来からも御協力いただいていたところですが、まさに善良な事業者を守りつつ規制をきちんとするためには、どこで線を引けばいいかということについて、事業者の方々の御意見をきちんと伺うということが非常に重要になってくると思っております。

また、川野委員がおっしゃったことでありますが、すぐ変わると。日進月歩で向こうも手を尽くしてくるということを踏まえて、その規制を不断に見直し続けなければいけないということも事実だろうと思います。

やってみたら過剰な負担が出ましたということがないようにという万場委員の御指摘もございましたけれども、それもそうですし、やはり悪質事業者がきちんとたたかれていない状態になってしまう、あるいは向こうが手練手管を尽くしてまた変えてくるということもあろうかと思しますので、適切な規制の在り方について、継続的に消費者、事業者両方の立場から御意見を頂戴していく、お知恵をお借りしていくということは非常に重要になるかと思っております。

このような形で、消費者、事業者の双方のコミットメントできちんと取締りをしていきたいと思いますという姿勢が確立できたことが本検討会の非常に大きな成果かと思しますので、引き続き御協力を賜りたいと思っております。皆さん、本当にありがとうございました。

というわけで、全体的に細部についてはまたちょっとあるかもしれませんが、基本的に御異議はなかったものと思いますので、本日の御議論も踏まえて取りまとめをしたいと存じますが、具体的な記載ぶりを含めた最終的な中間とりまとめについては、座長である私に御一任いただければと思いますが、よろしいでしょうか。

（「異議なし」と声あり）

○大屋座長　ありがとうございます。では、そのようにさせていただければと思います。

また多分確認が行くと思いますので、よろしくお願いいたします。

なお、最後になりますが、本中間とりまとめに関しまして、堀井長官から御挨拶をいただけると伺っております。

長官、よろしくお願いいたします。

○堀井長官　検討会で中間とりまとめという一つの節目でございますので、一言改めて御挨拶をさせていただきたいと思えます。

本検討会におきましては、今年の1月に発足をして、多岐にわたる論点、しかも1回の開催が3時間ぐらいですか、かなり長時間にわたる熱心な御議論をいただきました。おかげさまでこういった形でまとまりましたこと、まずお忙しい中、お時間を割いていただいた委員の皆様方、そして大屋座長、先ほど大屋座長がおっしゃっていましたが決してそういうことはないとは思っていて、本当に多岐にわたる、しかも委員の方々の様々なお立場と経験からの貴重な御意見、時にそれはなかなか相入れない部分もあったかもしれませんが、そういったところを整理していただき、かつ、事務局に的確な指示をいつもいただ

いておりまして、それが今回に至ったと私は確信をしております。大屋座長、改めてありがとうございました。

今回、中間とりまとめのページで申し上げますと、最後のところ、27ページの「おわりに」にも記載をされているところですが、まさにこれから本検討会の中間とりまとめで示された点については、消費生活相談、取引実務等を踏まえて、実務的かつ法技術的な観点からさらなる検討を行うと、そして必要な制度整備についての実現を早期に図るという趣旨の御指摘がございます。

消費者庁といたしましては、このようなことを肝に銘じまして、このとりまとめの内容、これが具体的な制度や執行の改善につながるようにということで、内容の具体化に向けてより詳細な検討を進めていきたいと考えています。

その際に、委員の方からも御指摘がございましたが、丁寧にコミュニケーションを図らせていただきたいと思います。引き続き、具体化に当たっての貴重な御意見、御示唆を期待しております。

また、先ほど合同検討会ということで、消費者契約法の検討会との関係についての御指摘がございました。事務方から御説明をさせていただいたように、現時点で詳細なことについては未定でございますが、ただ、これまでの議論を拝聴していても、両方かなり関連してくる部分もあると。それぞれある意味そのような関連性・有機性も踏まえた上で検討していく。あるいは、こちらの検討会で出たようなことを消費者契約法の検討会の議論の中で一部実現するようなこと、あるいは逆の点もあるかもしれません。そういったことから何らかの形で共有をさせていただきながら、最終的にいい形で制度設計等が進んでいけばいいと考えておりますので、また具体的なやり方については御相談をさせていただきたいと思います。

あと1点、この場を借りて御報告をさせていただきたい点がございます。

昨日のことになりますが、詐欺的な事業の破綻により多数の消費者に深刻な財産被害を及ぼす悪質商法に係る対策パッケージを取りまとめまして、黄川田大臣から公表をさせていただきました。この内容はいろいろあるのですが、一つ大きな柱として取り上げておりますのがAIを使った対応ということで、現在、各地域の相談員さんの方々が相談を受けて、それをPIO-NETに入力をしてくださっています。年間90万件ぐらい、直近で96万件ぐらいあると。その中で、過去におけるいわゆる悪質商法で消費者が非常に大きな被害を受けたような事案、そういったものを幾つかデータを分析してみると、もちろん対象となるものですかサービスといったものは違うのですが、一定の分析を抽出してみると、一定の共通性が見えてくるという部分もございます。そのような手法を活用することで、従来ですと悪質事案などで実際に消費者の被害がありましたというお声があってから動かざるを得ないといった部分もあり、あとは被害がありましたという御相談が相談の現場に来たりして、なかなかそうなると取れる手法が限られてきたりしていたのですが、そういうAIなどによる分析等の手法をつくることで、より早く様々な対応を打つ、より早く注意喚起を

させていただく、そういったことで被害の未然防止等に結びつけていけるのではないかなということの一つの肝として考えています。

そのようなことを来年度の概算要求にも盛り込みまして、さらには本格的に実施をするに当たっていろいろ試行を繰り返していきたいと思っているのですが、その試行などを検討するために、昨日付で早期警戒準備室という部屋を消費者庁の中に立ち上げました。このことについて、るる時間をいただいて御説明したのは、このような取組は、この検討会においても初回からまさに皆さんから御議論いただいた悪質事業者をいかにして市場から退出させるかということ、そして消費者庁の執行力をいかにして強化するか、そのようなことに結びつけたいなという思いもあります。

先ほど来いろいろと御指摘をいただいていることをどのような形で具体化していくかというのは、まずこの中間とりまとめの内容もあるのですけれども、消費者庁の持てるそれ以外の様々な手法も通じて実現をしていくということかと思っていますので、引き続きの御理解、御協力、御示唆等いただければと思います。

誠にこれまでの御議論ありがとうございました。引き続きどうぞよろしくお願いいたします。

○大屋座長 長官、ありがとうございました。

それでは、本日の検討会はこれにて終了したいと思います。

皆様の御協力をもちまして、専門的で高い視点と広い視野からの自由闊達な議論を行うことができ、実りある成果に結びついたと認識をしております。この点についても最後に改めてお礼を申し上げて閉会といたしたいと思います。

委員の皆様には、お忙しいところ御参加いただき、誠にありがとうございました。