

特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会 第1回ワーキングチーム会合ヒアリング

～ぜい弱な消費者を被害から守るための～
書面電子化の要件設定について

2021年8月31日

主婦連合会 会長 河村 真紀子

真意に基づく承諾を確保する方法（承諾の実質化）①

書面の電子化に対応できる適合性を有する消費者であること

書面の電子化に対応できる適合性を有する消費者とは・・・

- ハードウェア要件 ➤ パソコン・タブレット（一定程度以上の大きさのモニターを備えた）
あるいは、スマートフォン + プリンター
（これらに限らない組み合わせが考えられる。書面を確認するのに十分な機器を所持していること）
- ソフトウェア要件 ➤ （電子交付の方法により違いがあるが・・・）
メールソフト
添付ファイルを開覧するために必要なソフト（例：PDFビューアー等）
- スキル要件 ➤ それらの機器を日常的に使いこなしているか。
添付ファイルのついたメールの受信、開封について十分な経験があるか。
- 本人の理解 ➤ 上記の機器等の確認の意味を理解している

真意に基づく承諾を確保する方法（承諾の実質化）②

書面の消費者保護機能を明確に理解していること

紙の書面交付が原則であることを伝えた上で、書面交付に代えて提供する電子データについて

- 契約内容やクーリング・オフ制度を記した重要なものであること
- クーリング・オフの起算日の考え方など

をわかりやすく説明し、消費者がそれを理解していることを確認すること。

真意に基づく承諾を確保する方法（承諾の実質化）③

書面の電子交付の承諾について明示的に確認されていること

提供する電子データが契約内容やクーリング・オフ制度を表示した重要なものであることを分かりやすく説明したうえで、その説明内容を明瞭に表示した書面または電子データを直ちに交付・提供すること。

上記説明とその承諾を明確に確認できるよう、電子交付についての承諾書控えを交付・提供すること。

真意に基づく承諾のについて後に争いとならないよう、勧誘開始から契約の申込み及び電子交付の承諾に至る全過程を、消費者の同意を得て録音するルールの導入も考えられる。その場合、消費者が録音を拒否した場合は紙の書面交付とする。

電磁的方法による提供の方法（高齢者等対策を含む） ①

ファイルを開けることの確認・メール本文での重要事項記載・第三者の関与

契約条項全体をPDFファイルで提供するとともに、電子メール本文に、契約内容のうち商品名、数量、代金額及びクーリング・オフ事項を容易に認識できるよう明瞭に表示すること。

相手方の機器でファイルを開いたことを確認すること。対面取引の場合は、その場で消費者がファイルを開けて閲読できることを確認することを義務付ける。

電子データによるクーリング・オフ等の告知機能を確保するため、電子データの閲覧の確認措置を設けることが重要。

一定年齢以上の高齢者に対し電子交付を行う場合、家族その他、消費者自身が指定する第三者に電子データの控えを提供すること。

消費者がそれを断った場合は、書面交付の原則に戻すこと。

真のデジタル社会を目指して・・・

実態と合理性に照らして契約プロセスの要件を加えることを提案します

ここまで、書面交付のデジタル化を消費者に不利益のないように実現するために必要となるハード・ソフト・スキル・本人の理解と承諾 の要件とその方法を述べてきた。

デジタル化が人々の消費生活を豊かにする方向で進展することを望む立場から、書面交付のデジタル化において、契約プロセスの要件を加えることを提案したい。

◆ 書面のデジタル化は、その契約について、消費者からオンラインで主体的にアクセスして契約締結に至った場合のみに行うことができるとする。

例 消費者からオンラインでアクセスし、オンライン英会話等の契約の申込みをするケース

※訪問販売・電話勧誘販売等の不意打ち勧誘による契約場面では、適合性の確認及び真意に基づく承諾ができる環境にあるとは言えない。

※マルチ商法や内職商法(業務提供誘引販売取引)のネット広告において、勧誘目的を明示しないでアクセスを促すようなケースは、消費者がその取引について主体的にアクセスしたとは言えない。

真のデジタル社会を目指して・・・

おわりに

訪問販売法ができた1976年の日本の高齢化率は7パーセント。45年が経過し、いまや高齢化率29%と4倍になっています。ひとり暮らし、または高齢二人世帯も増加の一途です。

消費者教育による自立した賢い消費者を目指すという方法では解決できないぜい弱性が存在し、またそのそのような属性を備えた消費者が増加していることから目をそらすことはできません。誰もが高齢者となり、誰にでも、判断力の衰えが訪れる可能性があります。

デジタル導入の自主性を重んじるなら、契約の自主性がまず問われるべきです。不意打ち的な勧誘において、デジタル化に適合した消費者を確実に特定していく過程に社会的コストをかけるよりも、もっと本質的に消費者に利便をもたらすデジタル社会の構築を目指すことを提案します。

以上