

# 第4回ワーキングチーム会合 議事録

(特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会)

消費者庁取引対策課

第4回ワーキングチーム会合  
(特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会)

1. 日 時：令和3年11月25日（木）13：56～15：09

2. 場 所：オンライン開催

3. 議 題

- ・ 開会
- ・ 意見聴取
- ・ 閉会

4. 出席者

(委員)

鹿野委員（主査）、池本委員、高芝委員

(ヒアリング対象)

- ・ 一般社団法人新経済連盟  
事務局政策部 片岡康子 氏  
事務局政策部 楠原啓司 氏
- ・ 特定非営利活動法人消費者支援機構関西  
常任理事 坂東俊矢 氏

(消費者庁)

片桐審議官、奥山取引対策課長

○鹿野主査 それでは、おそろいとのことですので、定刻より少し早くなりますけれども、「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4回ワーキングチーム会合」を始めたいと思います。

本日は、お忙しいところをお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。

私は、本ワーキングチームの主査を務めております鹿野と申します。どうぞよろしくお願い申し上げます。

まず、本日のウェブ会議の操作説明及び資料確認について、事務局からお願いします。

○奥山課長 事務局でございます。

まず、ウェブ会議の操作について御説明を申し上げます。前回までと同様に、御発言のとき以外は常にマイク及びカメラをオフにさせていただきますようお願いいたします。御発言される際には、マイクとカメラの両方をオンに設定してください。

続きまして、本日の資料の確認でございます。資料は、本日御意見を頂戴いたします一般社団法人新経済連盟さん、それから、特定非営利活動法人消費者支援機構関西さんからそれぞれ資料の御提出を頂戴いたしております。ありがとうございます。

なお、本会合の様子につきましては、音声のみを一般傍聴いただいております。傍聴されている方は、カメラもマイクも常にオフへの設定をお願いいたします。もしオンにしていらっしゃる方がおられます場合には、事務局のほうでオフにいたします。

なお、ここで、前回の会合で御意見を頂戴いたしました独立行政法人国民生活センターから、前回の鹿野先生からの御質問に関する補足資料が提出されておりますので、御紹介いたしたいと思います。

同じ資料はネット上にも既に上げてございます。

それでは読みあげます。

独立行政法人国民生活センター補足資料でございます。

第3回ワーキングチーム会合での鹿野主査からの御質問に対する補足説明でございます。

鹿野先生からの御質問は、第3回のワーキングチーム会合におけます国民生活センターさんの資料の14ページの⑤に関しまして、国民生活センターさんからの提案でございますと、一定の年齢以上の契約者等（保護を要する者）に対する追加措置といたしまして、「当該消費者の指定する家族等第三者へメールを同報する」というのがございましたが、それに関しまして、一定の年齢以上の契約者等（保護を要する者）以外の者であっても、契約者本人が希望した場合、事業者から同報してもらうという選択肢はあるのかという趣旨でございました。

これに対しまして、国民生活センターさんからの補足説明でございますが、14ページの⑤の点につきましては、前提として、保護を要する者に対する要件を想定しておりますが、鹿野主査ご質問のように、それ以外の契約者本人が希望した場合においても、事業者から家族等第三者に送付してもらうことは、電磁的方法での書面交付の利便性・簡便性を生かし、有益であると考えます。

事業者側の負担を踏まえる必要はありますが、メール本文に契約書類等の重要性、クーリング・オフ起算点、契約概要を記載することで、契約者は家族等第三者と共に契約内容を的確に認識できるため、後のトラブル防止にも資することから、消費者・事業者双方にとってメリットとなると考えます。

事務局からは以上でございます。

○鹿野主査 ありがとうございます。

本日は、検討会構成員から推薦された2団体から御意見を頂戴します。それぞれ順番に15分程度をめぐり御意見を述べていただき、その後、それぞれ15分程度をめぐり、構成員からの質問とそれに関する回答をいただくという流れを進めていきたいと思っております。

なお、時間が許す限りではございますが、2団体それぞれの質疑応答が終了した後、追加の質疑応答の時間も設けさせていただきたいと考えております。

それでは、最初に一般社団法人新経済連盟の片岡様、楠原様にお越しいただいておりますので、御意見を頂戴したいと思います。よろしく申し上げます。

○片岡氏 新経済連盟の片岡と申します。本日、私と楠原が参加しておりますが、私がメインでお話をさせていただきます。

本日は貴重なお時間をいただきまして、誠にありがとうございます。

新経済連盟は、新しいビジネス、サービスの発展に寄与するといった観点で活動しておりますけれども、特商法の書面電子化に関しましては、以前、規制改革推進会議などで、オンライン完結型のサービスを前提に規制改革要望を出させていただいたことがございます。本日はその観点から、具体的な電子化に関する承諾の取得や、電子書面の交付の仕方について御紹介をさせていただければと思います。

資料はこちらから共有したいと思います。少々お待ちください。

では、御説明いたします。

まず、一番最初をお願いしたいことを簡潔にまとめております。皆様がいろいろ御議論されている中で、サービスの形態はいろいろなものがあると思いますが、高齢者の契約であったり、あるいは訪問販売といった形であったり、電子交付に慣れない方を対象としたサービスについていろいろと御心配なことがおありになるということを中心に議論されていると思います。一方で、オンラインを前提として手続に入ってくる、自ら取引に入ってくる消費者が相手という場合もございますので、その観点で、電子交付の承諾の取得や電子交付の方法を定めるに当たっては、オンラインを前提として取引に入ってきた消費者や、紙で送ってくるよりもオンラインのほうがいいという方も特に若い世代では多いですので、そういった消費者に面倒な手続や過剰なハードルを強制するようなことはないようにしていただきたいと思います。

具体的なルールを定めるに当たっては、オンラインを前提としているのか、そうでないのか。サービスの性質を考慮した上で、オンラインを前提としている場合には比較的簡単な承諾あるいは柔軟な方法での電子交付を認めていただきたいと思います。それによって

利便性も高まりますし、消費者によってはそちらのほうが色々なときにすぐ確認できてよりよいということもあつたりしますので、そのような観点でお話をしたいと思っております。

1つ想定をしているのが、オンラインの英会話レッスンのようなものです。コロナ禍の影響で、オンラインでビデオ会議のシステムを使って語学レッスンをするのがだいぶ普通になってきました。これを特定継続的役務提供で考えた場合に、従来の手続だとどうなってしまうかといいますと、通常、オンラインでやりたいと思っている消費者はオンラインで情報収集しまして、英会話スクールで体験レッスンがあつたりとか、あるいはコース相談があつたりとか、そういったことをオンラインで、場合によってはビデオ会議などで行って、よさそうなので早速レッスンを開始したいとやる気がある状態でサイトから申込みをします。そうすると、契約前の書面交付が紙で必要になってきますので、書類を教室まで取りに来るか、郵送するので、まずそれを受け取ってから申込みの手続が完了しますとなってしまう。そうすると、せっかく明日からレッスンをしようと思っていたのにオンラインの意味がないとか、あるいは近くに教室がないからオンラインでやっているのに、それでは意味がないではないかということで、オンラインを前提としている消費者からすると、そこで不便さを感じてしまうこととなります。

では、無事に契約前の書面の交付があつたとして、ようやく郵送で受け取りましたと言って、契約締結となったときに、また契約締結後の書面交付がありますので、書類を教室まで取りに来るか、郵送したものを受け取ってくださいということで、また紙なのですかということになってしまいます。

その手続が済んで、契約締結後の書面交付からクーリング・オフの期間が始まりますので、大事を取ると書面の到着を確認してからレッスンということになると思いますが、オンラインを前提として入ってきたのに紙の壁に阻まれるというか、そういう感じになってしまいますので、オンラインで完結することで、ここがスムーズになると考えております。

具体的なやり方としてこのような方法があるのではないかというお話なのですが、もちろん前提としてオンラインの手続、オンラインで消費者が取引に入ってきた場合の話ですが、まず、申込画面でのチェックボックスでのチェックです。例えば特定商取引法に基づく書面交付について、この方法とこの方法があります。それでどちらがいいかを消費者の方に選んでいただくという方法。具体的にほかの法律なんかも参考にしながら、こういうやり方ができますよ、こういうことができますよ、こちらの場合はこうなりますよということを書いた上で、チェックボックスにチェックしていただくというやり方があります。

それから、申込方法もあらかじめ分けてしまうという方法もあり得ると思います。例えば郵送とかのやり方ではなくて、教室と並行してオンラインレッスンをやっているような場合には、各教室で受付手続をして紙で交付するか、オンラインの電子交付で手続するか

を選んでいただいて、これも消費者のニーズに合わせて先に進んでいただくようなやり方もあるのではないかと思います。

その次、先ほどは承諾の取り方の例でしたが、今度は電子交付の方法についてです。こちらでも後で説明しますが、ほかの法律でどのようにやっているかということをご参考に、このようなやり方があるのではないかとご紹介します。まず1つが電子メールの送付です。これは申込みの時点で消費者自身にメールアドレスを入力してもらって、そこにメールを送る方法となります。メールそのものの本文に書くということもあり得ますが、全部を細かくメール本文に書くとかかなり長くなってしまっていて見づらいということもありますので、PDFにまとめたものを電子メールに送付して送るという方法もあると思います。

もう1つが、申込画面やマイページでのダウンロード、あるいは印刷ボタンの表示があります。これは申込みをするときに、申込内容を確定する前に内容をしっかり確認していただく。もちろん画面上でも載っているのですが、例えばその内容をPDFに出力してダウンロードできるようにする。あるいは印刷ボタンを押して、御自宅にプリンターがある方はそれで印刷をしていただくという方法です。

マイページの場合は、主に契約締結後の話になると思いますけれども、例えばメールでこのようにログインしていただくと、マイページでこの内容が確認できます、ダウンロードできますということを伝えた上で、マイページに行くといつでもこの内容がダウンロードできる、あるいは印刷ボタンが押せるという方法があり得るのではないかと考えております。

いずれも、オンラインを前提とした方からするとごく自然な流れとなっておりますので、こういった複数の選択肢を用意した上で、事業者側のシステムの都合だとか、あるいは消費者の方の希望だとか、そういったもので選ばれる、やり方が決まるということがあり得るのではないかと考えています。

ここで参考までに、他法令で電子交付の承諾取得が定められている例を御紹介したいと思います。

例えば電気通信事業法では、通信サービスを契約するときに書面での説明、書面交付というところがありますけれども、書面交付に関しまして、ガイドライン上でサービスの性質が考慮されているものがございます。具体的にはここに例が書いてあるのですが、基本的には交付は書面が原則で、電子交付は利用者の意向に沿って書面に代替できる方法と位置づけられているけれども、ウェブページによる通信販売で、利用者の能動的なアクセスを受けて契約する場合など、サービスの性質等に応じ、基本的にこのやり方で行っていただく消費者は電子交付のほうがなじむだろうという場合には、物理的な書面交付を利用者が要望する場合はもちろん応じるとした上で、デフォルトの選択肢を電子交付とすることは問題ないという考え方が示されています。

また、同じ電気通信事業法では、電子交付のやり方もいろいろな選択肢がありまして、

ここに挙げているのは4つありますけれども、①は電子メールの送信、うち、本文に記載する方法、もしくはファイルを添付する方法。②はウェブページへの記載です。ウェブページに記載事項を表示して閲覧できるようにする。印刷可能であるというようなことが条件として書かれていますけれども、こういったやり方です。

それから、実際にこの方法を採用しているところは少ないと思いますけれども、電子媒体に記録してそれを送るという方法があります。これができるならば書面を送ればいい気もしますので、あまり使われてはいないと思うのですけれども、こういう方法も認められています。

③はURLとそれに関する説明の提供ということで、これは電気通信事業法に特有なのかもしれないですけれども、携帯電話の通信サービスを契約するとSMSが送れますので、SMSにファイルが確認できるURLを送って、そのURLをクリックしてもらうことで電子交付とする方法なども認められています。

このように方法が幾つかあって、事業者側のサービスの形態などに応じてそれぞれ選択されるということになっています。

もう一つ御紹介したいのが割賦販売法でございまして、特商法と類似している部分があるなと思っています。割賦販売法で個別信用購入あっせんあるいは包括信用購入あっせんに関して、書面交付義務がある場合がございます。実は割賦販売法の場合はもう一歩先に進んでいる部分があって、スマートフォン・パソコン完結型サービスで、物理的なカードが送られてこないようなサービスは書面交付義務がなく、情報提供だけをすればよいとなっています。今回の特商法の話はそこまでは行っていませんので、1つ手間の電子交付可能というところに着目しますと、やり方が幾つかございまして、先ほどの赤枠の中の1つで、包括信用購入あっせん業者の契約の解除等の催告の例を挙げたのですけれども、中身は他のものも共通しています。

具体的には①電子メール等、あるいは②ウェブ閲覧プラスダウンロード可能なもの、あるいは③磁気ディスク等という選択肢が設けられております。ただし、いずれも書面を作成できるもの、要するに印刷しようと思えばできるものということが条件になっているのと、ウェブ等を閲覧してダウンロードしてもらう場合には、別途、メールでここを見れば書いてあるよ、ここを見れば書面がありますよということを知照するというのが要件になっています。

このような形で幾つかやり方がありますので、どれか1つの方法で、一律に、というよりは、複数選択肢を用意した上で、オンラインで前提として行われるものについては比較的柔軟な交付方法を認めていただければと思っております。

新経済連盟からは以上です。

○鹿野主査 ありがとうございます。

それでは、ただいまの御意見に対して、池本委員、高芝委員から御質問等がございましたらお願いします。

池本委員、お願いします。

○池本委員 池本です。御説明ありがとうございました。

主査にお願いしたいのですが、前半の承諾の取得方法について何点か細かく質問が分かれるところもありますので、承諾の取得方法の3ページまでのところと、4ページ以下とで分けて質問をさせていただいてよろしいでしょうか。

○鹿野主査 分かりました。

それでは、まずまとめて前半の質問をしていただいて、お答えいただき、そこからまた後半の質問をしていただくという形で進めたいと思います。あるいは、前半の御質問について、関連質問が高芝委員からございましたら、そこであわせて御質問いただくこともあるかもしれません。まずは前半の質問でお願いします。

○池本委員 恐れ入ります。

まず、御説明ありがとうございました。

1 ページ目、2 ページ目辺りのところに関連して、まず、オンラインを前提とした取引あるいはオンラインで完結するという言葉があるのですが、オンラインで完結するというのは、消費者がオンラインでアクセスし、オンライン上で契約をする。さらにオンライン上でレッスンをを行うという、全体が完結している取引を前提にした議論であると理解してよろしいのかどうか。これがまず1点です。

2点目として、2 ページ目の従来の手続の流れというところで少し気になったのですが、サイトから申込み、契約前の書面交付、契約締結、契約後の書面送付という書き方がされているのですが、契約前の書面交付、いわゆる概要書面交付は契約を締結しようとするとき、つまり申込みより前に契約内容を説明するときに交付すると理解しておりますし、消費者庁の解説書もそうなっています。

ここでサイトから申込みと書いてあるのは、むしろアクセスしたという程度の意味だと理解してよろしいでしょうか。これが2点目です。

3点目は、3 ページ目の承諾の取得方法の例1で、電子ファイルの選択か書面の郵送かをチェックボックスで選択するという例があります。これに関連して、さきの国会の審議では、事業者が消費者から承諾を取る際には、電子的方法で提供されるものは契約内容を記した重要なものであることや、その契約書面あるいは電子データを受け取ったときにクーリング・オフの起算点になることを書面なりデータで明示的に示すなど、書面交付義務が持つ消費者保護機能が確保されるように慎重な要件設定を行うことという附帯決議もありました。

特に契約締結のスムーズさだけではなくて、幾ら電子データを希望すると言っても、書面で交付する場合と電子データで提供する場合で、その読み取りの難易度等が違ってくるのではないか、あるいは電子データが提供されたときにクーリング・オフの起算日になるという、予備知識のない人に対してそこを明確に示すという手順を1つ加えるということは、先ほどの説明の中で矛盾はしないと思うのですが、この点はいかがでしょうか。これ

が3点目です。

最後にもう一点、同じく3ページ目の例2で、オンラインの手続で電子交付を承諾するという方法と、各教室の窓口で手続をする方法の2つが選択肢になっているのですが、オンラインでレッスンを受ける場合には、そもそも教室に行くことは想定されないので、書面交付を受けるときに教室まで行くというのは過大な負担になってしまうのではないかと。むしろここに郵送による書面交付の選択肢はないのですが、2ページのところには、これまでのものについては郵送の選択肢も書いてあるのです。これは別に積極的に否定するという意味ではないと理解してよろしいでしょうか。

以上、細々した話ですが、4点です。よろしくお願いします。

○鹿野主査 それでは、お願いします。

○片岡氏 まず1つなのですが、基本的にはオンライン完結型を想定しておりますが、一部、教室に行ってもいいし、オンラインでもいいよという、消費者のニーズに応じて予約を取るときにどちらでも予約できるというやり方もあると思います。ただ、その場合も基本的にオンラインで手続が完結して、教室に行ってレッスンをするつもりなのであれば教室へのアクセスも可能でしょうし、教室に行っていて、手続していただければ全然構わないと思うのですが、例えば住んでいる場所が教室に近くなくて、基本オンラインなのだけでも、たまに仕事で別の場所に行って、そこの近くの教室にレッスンに行くといった選択肢は恐らくあったりすると思いますので、基本的にはオンライン完結だけでも、教室と併用はあり得ると考えております。

2番目は私のフローチャートの描き方が分かりにくかったのだと思うのです。要するに、申込みが終わり切らないということを言いたかったのです。気合いを入れて申し込もうとしたけれども、結局今日はできないのか、明日はできないのか、となってしまうということを書きたかったので、こういう書き方をしています。申込みが完結していないという意味です。

3番目なのですが、画面の書き方などはいろいろ工夫ができるところがあると思っていて、携帯電話の場合なども、画面に重要事項をきちんと書いて、それをきちんと見ていただいた上で次のステップに進むといったやり方もあったりしますので、その工夫は事業者としてできる範囲だと思っています。

4番目は、郵送と教室で受け取るのと両方あり得るので、そちらの両方の例を出したくてこういう書き方にしましたが、もちろん3つ選択肢があって構わないと思いますし、郵送を希望する場合に郵送してあげるといのは事業者としてやってしかなるべきだと思います。

○鹿野主査 ありがとうございます。

先ほどの4つの点についてお答えいただきましたが、池本委員はよろしいですか。

○池本委員 それについては結構です。

○鹿野主査 高芝委員から関連する御質問は今の段階でございますか。後でまとめてとい

うことでも結構です。

○高芝委員 ご説明をありがとうございます。

先ほどの池本委員の最初の質問と重なるかも知れませんが、オンラインで完結するというのは、契約とともに履行の部分も含めてオンラインで完結するというご趣旨なのか、それとも、例えば、特定継続的役務提供ですと、場合によっては関連商品の売買が行われることもあるのですが、もし、この点について、何かご意見がありましたら、よろしく願いたいと思います。

○片岡氏 恐らくこの議論で問題になるのは、取引に入る消費者あるいはサービスの性質からして、オンラインで書面交付されることに違和感があるかどうかというところがすごく重要だと思っていますので、ほかのサービス形態について細かく検討しているわけではないのですが、違和感の一番ない例としてオンラインの英会話レッスンを挙げておりますので、そこはそれぞれのサービスの形態によって、これはオンラインが自然とは言えないよねというものについては、また別途区別して考えるというのにはありだと思っています。

○高芝委員 ありがとうございます。

○鹿野主査 よろしいでしょうか。

それでは、池本委員から後半の質問をお願いします。

○池本委員 恐れ入ります。手短かに質問させていただきます。

4 ページ以下のところで、電子交付の方法に関連して、電気通信事業法のガイドラインに、デフォルトの選択肢として電子交付でよいという記載がある点の御指摘とか、割賦販売法では、ウェブで閲覧し、ダウンロードする、あるいはメールでそれを掲載した事実を通知するだけでよいとなっている。この辺を紹介していただきました。

それを前提に4 ページに、マイページでのダウンロードや印刷ボタンを表示するという方法を提案しておられます。

私どもも、そういう関連法も多少見たのですが、電気通信事業法というのは事業者の登録制あるいは一部届出制、契約条件の説明義務とか苦情の適切処理義務など、関連する義務が整備されている分野でありますし、割賦販売法も登録制あるいは業務適正化義務、加盟店調査義務などが整備されている。何より、クレジット契約自体で何か誤認するというよりも、与信対象の取引で誤認や困惑が生じる、その問題が本質だと言われています。それに対して、特定商取引法の場合は、トラブルの発生頻度はもともと高いものを集めていますし、開業規制もない、概要書面の説明義務もない、業務適正化の義務もないというところで、書面交付の消費者保護機能を確保するためには、承諾要件もですが、やはり電子交付の方法についてもより厳格な制度設計が必要ではないかという議論をしてきたところです。国会の附帯決議もそういう趣旨ではないかと私どもは受け止めているのですが、特定商取引法と電気通信事業法や割賦販売法との特徴の違いという点を制度設計ではどのようにお考えなのでしょう。

特にそのことに関連して、そもそも電子データでよいと希望する消費者については、それでよいとおっしゃったのですが、クーリング・オフ制度の存在を予備知識のない人に対して現実に消費者がその資料を手にしていない状態でクーリング・オフの期間が進行するというのは、少なくとも特商法の書面交付の消費者保護機能が低下してしまうのではないかと私どもは考えるのですが、その辺りはどのようにお考えなのでしょうか。

以上2点です。

○鹿野主査 お願いします。

○片岡氏 すみません。1点目は何でしたか。

○池本委員 電気通信事業法や割賦販売法の参入規制や様々な事前規制があることをどのように検討されているか。

○片岡氏 1つ目の御質問も2つ目の御質問も、重要なのは書面の内容を消費者がきちんと認識して、それを消費者が確認したいと思ったときに確認できるというところが重要なのだと思っています。もしかしたらマイページだと事業者が信用できないという背景があるのかもしれないとは推察するのですが、ただ、消費者が手続をするときに想定しているのが、マイページの場合は基本的にマイページがあるという前提で、申込みをするときにマイページが作られるものを想定しています。申込みしている途中で電子交付があって、申込みが完了すると同じマイページでダウンロードができる。メールでも飛んできていて、メールでもマイページに書面がちゃんとあるということが書いてあって、そこも見られるし、ダウンロードや印刷ができるというものです。メールでPDFを添付して送るといことが、果たして一番ちゃんとした方法といえるのか。消費者にとって一番すぐ確認できる方法なのかという、必ずしもそうではないという気もしてまして、マイページでの表示プラスダウンロードというのは、オンラインの手続に関しては非常に自然な一番分かりやすいやり方ではあるので、その方法を認めないとした場合には、その理由を確認した上でほかの方法を事業者が取り得るかどうかという観点になるのかなと思います。

お答えになっていないのかもしれないですが、マイページの表示はとても自然な、その申込み手続の流れで一番確実に、着実に見ていただけるという感覚を私は持っていますが、それもひょっとしたらサービスの形態や申込みの形態によるのかもしれないのです。

○楠原氏 新経連の楠原でございます。

池本先生がおっしゃったのは、割賦販売法などは登録制みたいな参入規制等の法的義務が敷かれている一方、特商法はそういった事前規制がなく比較的緩いという中で、果たして本当にこの方法でいいのかという疑問をお持ちになっていたと思うのです。ただ、事前規制云々というよりは、我々は契約書面におけるオンラインにおける良い契約手続の方法を提案しているのですが、オンラインの画面において例えばさっきのクーリング・オフ等の点は、ちゃんとそこで入力する画面なり最終確認画面を設けるなどして、きっちりと記載を書いておけば、そこは解決できるのではないかと考えております。

考え方としては、どちらかといえば通信販売の申込みみたいなものと多分似たような形

だと思っていただければ大丈夫だと思うのです。なので、契約前の書面交付をされたときに、いろいろ必要事項を記入していくのですが、その必要事項の記入が終わった後に、例えばその後に最終確認の画面を設けて、そのときにクーリング・オフは書面が届いたとか、この次の画面が、確認画面が届いたときから8日間ですよといった説明を設ければ、恐らくそういった問題は解決できるのではないかと考えております。

○鹿野主査 池本委員、よろしいですか。

○池本委員 取りあえずコメントとしてはお伺いしておきます。

○鹿野主査 ワーキングチームのヒアリングでは、できるだけ意見をそのままお伺いするというとし、議論は必要に応じて改めて別の機会にということをお願いしております。

高芝委員から何かございますか。

○高芝委員 池本委員の質問の中に、私の質問も含まれていましたので、追加の質問はございません。ありがとうございます。

○鹿野主査 ありがとうございます。

時間も来ているのですが、私から1つだけ確認でお聞きしてもよろしいでしょうか。

池本委員の最初のほうの質問にも関わるかもしれませんが、今日の資料でいいますと、1ページで、オンラインを前提として取引に入ってきた消費者かどうかということや、サービスの性質を考慮した上で区別をつけるべきだという御指摘をいただきました。

例えば訪問販売とかは、通常はオンラインを前提として取引に入ってくるというようなことは考えにくいのですが、そういう場合には、電子的な書面の承諾の取得というのは、それがあっても要件をかなり重くするということもあり得るというお考えと理解してよろしいでしょうか。

先ほど、本人が電子を望む場合、若者とかにはそういう場合が多いのかもしれないということも御発言いただいたのですが、ただ、本心からそれを選択するかどうかということを確認するのに、若者かどうかという基準で分けるのはなかなか厳しいと思いますし、ある程度一定の手続を設けなければ、真意かどうかについても分からないということだろうと思います。

そこで、ここに書いてあるオンラインを前提としているかそうでないか等による区別について、取引形態によってはかなり厳しくなることもあり得るという趣旨で理解していいかという質問です。

○片岡氏 一番重要なのは消費者のトラブルや被害を防止するということだと思いますので、サービスの提供形態とか勧誘形態といったものによって厳しさが変わり得るというのはそうあるべきと思っておりまして、逆に言うと、オンラインを想定しにくいもののほうに合わせ過ぎて、普通にオンラインで入ってきて、普通にオンラインレッスンを受けようとした人が、書面の壁に阻まれるようなことがないようにしていただきたいというのが正直なところでございます。

○楠原氏 補足で申しますと、あくまで今回想定しているのはたまたまオンラインの英会

話だったのですけれども、例えば最近だとオンラインの学習塾みたいなところもあります。昔からあるのですけれども、例えばサテライト教育といったものを前提としておまして、プラス、インターネットで広告を見て、そこから申込みを始めるというような、ネットネイティブな手続を想定しております。今回は訪問販売や連鎖販売取引とかも御懸念になっていると思うのですけれども、あれはオフラインでの勧誘というところが前提になってくるので、そことは根本的に違うのかなと思っております。

○片岡氏 むしろ、区別してほしいという意見でございます。

○鹿野主査 分かりました。

それでは、私の質問を含めて予定していた時間を経過してしまいました。

ありがとうございました。次に移らせていただきたいと思います。

本日2番目のヒアリングに入ります。特定非営利活動法人消費者支援機構関西から、坂東常任理事にお越しいただいております。

それでは、坂東理事、よろしく申し上げます。

○坂東氏 坂東と申します。

まず、先に資料の共有をさせていただきます。

消費者支援機構関西の常任理事をしております坂東と申します。どうぞよろしく申し上げます。

また、本日はこうした意見を述べる機会をいただきまして、ありがとうございます。

さて、委員の皆様には釈迦に説法ですが、私ども消費者支援機構関西（ケーシーズ）は特定適格消費者団体として不特定多数の消費者の権利を擁護する目的で消費者契約法等の不当な勧誘行為や条項、あるいは景品表示法に反する広告の差止めなどの活動を行ってきています。

今回、書面の電磁化が問題となっている特定商取引法という法律も、私ども適格消費者団体が差止請求をする根拠となる法律の一つです。

さて、時間の限定もありますので、早速具体的な報告に入りたいと思います。

私どもケーシーズは、特商法の改正が議論されている2021年の段階で意見書を提出させていただいています。

この考え方は、現段階においても変化はありません。今回の改正法も同様の観点から検討する必要があると考えています。

まず、特商法の訪問販売に関する書面交付と真意の確保の考え方について私どもの考え方を説明したいと思います。

まず本来であれば、特商法の7類型の取引全てについて、検討すべきだろうとは思いますが、しかし、この間の議論でとりわけデジタルリテラシーの低い高齢者の方々の問題を中心に検討が進んでいるという事実があります。高齢者の方々の被害が顕著な取引として、訪問販売があります。また、特商法の言わば主たる取引の形が訪問販売であるということがありますので、ここからはまず、訪問販売に焦点を絞って説明をしていきたいと思いま

す。

まず、第1点は、あくまで特商法は書面を提供することとしていて、電磁的な方法で提供できるのは、申込みをしたものの承諾を得た場合のみとなっています。この意味するところは、1つは、書面交付の原則は紙による契約書の交付であるということです。申込みをしたものの承諾の中身は、少なくともその消費者が紙による書面交付が可能であることを認識しながら、電磁的な方法によることも選択できるということが必要であると考えます。

さらに、書面の交付が消費者保護という法の目的を反映していることを考慮すれば、この承諾はまさしく真意に基づくものである必要があり、その内容としては、少なくとも後日、その点が争いにならない程度には確実な手段でなされていることが必要だろうと思います。そして、その承諾の意思確認は、基本的には契約締結の意思確認とは別に、それに先んじてなされるべきであろうと考えています。

さらに、現在の特商法の書面交付義務との関係を整理する必要もあろうかと思えます。特商法上は、販売業者は消費者に対して申込時には直ちに書面交付をする必要があるとされています。また、契約書面についても、遅滞なくそれを交付する必要があるとされています。なお、現金販売による場合は、この遅滞なくは直ちに交付しなければならないと記載もされているところです。

この直ちにとというのは、消費者等が申込みをした場合に、その場を意味すると通達では書かれています。その意味するところは、まさしく訪問販売で契約時に行われた様々な説明を、それが契約書あるいは申込書面という形できちんと反映されているかということ消費者の記憶が明らかなうちに確認できる機会を提供することが必要ということになります。

先ほどの説明とも共通しますが、訪問販売による説明が消費者の自宅でなされた場合に、直ちに交付すべき書面をわざわざ電磁的手段でその後を送るということは、例えばそれを確認的な意味で再度送るといった例は別として、基本的には想定し難いのではないかと思います。

事業者の側から言っても、例えば通信販売という手段を選択しないで、訪問販売で商品の販売をしようとする意図は、まさしくたくさんある通信販売の中から消費者に選択をしてもらうよりは、自ら出向いて、その商品に関する説明をした上で、それを消費者に理解してもらって契約を締結しよう。まさしく訪問販売という手法を選択したがゆえにそういった取引を行っておられるわけでありますから、そうだとすれば、そこでの説明を消費者がきちんと契約書面に反映されているかという確認ができるような書面交付をする必要があるし、それは訪問販売という手段を選択した事業者の意図にも沿うのだと考えられます。

もちろん、少なくとも訪問販売に該当する限りは、申込書面について仮に電磁的な書面の提供を用意していたとしても、書面を紙で提供する準備を必ず行っておかなければいけないと思います。

今まで述べたことを前提に、消費者の真意の確保のために必要なことを、簡潔にパワーポイントの資料にまとめてあります。1つは、消費者の承諾は、電磁的な画面へのチェックや画面上へのサインでの対応を認めることなく、書面で確認ができることが必要だろうと思います。もちろん先ほどのお話にあったように、電磁的に全て完結するような取引であって、しかも対象となる商品、要するに電磁的に提供することができるといった例外的な場合には、ひょっとすると書面での確認が要らない場面が出てくるかもしれません。しかし、それは特商法全体の取引の中でどのようにそれを評価するかという慎重な検討を経た上での議論でなければいけないと思います。

2つ目に、先ほどデフォルトという話がありましたが、単に電磁的手段への提供の承諾の確認だけではなく、あくまで紙による契約書面の提供ができることを示した上で、消費者がその選択ができる、そういった方法を準備しなければいけないだろうと思います。

3つ目に、電磁的な書面の提供の手段は様々な方法が準備されるのではなく、消費者が一般的にそれによって提供を受けることができるという方法、具体的には、メールに具体的に添付をする形で契約書面が行われるという方法に限定されるべきだろうと思います。

今後、様々な電磁的な通信手段が出てくる中で、とりわけ高齢者のリテラシーの問題を考えると、そこをも視野に入れた形での対応には限界があると思います。

加えて、もう既に他団体から様々な御指摘がありますから、私どもが指摘するまでもない話ですが、それを消費者が受信した旨のメールの返信等を必ず確認する対応も必要なのだろうと思います。

いずれにしても、特商法が規定する7類型の取引について、それぞれどのような場合に電磁的な書面をどのような条件で認めるかということのを慎重に検討する必要があります。

さて、今までの電磁的な書面の提供については、どちらかといえば高齢者のデジタルリテラシーが十分でないことを想定して議論が進められてきました。ただ、実はデジタルについて一定の対応ができると考えられている若者についても、決して書面の電磁化の問題は他人事の問題ではないと思います。

まず1つには、特定商取引法が規制するいわゆる連鎖販売取引、マルチ商法と言わせていただきますが、そのマルチ商法に関する相談が若者から多数寄せられています。加えて、マルチ商法の対象が商品から役務へと変化している、いわゆるモノなしマルチの被害が若者に増加していて、それが20歳になった途端に増加するという問題があります。

2つ目に、利殖勧誘事犯に関する相談当事者の年齢別構成比という警察庁のデータを持ってきました。これによれば、平成28年には利殖勧誘事犯に関する相談者の割合は専ら高齢者が中心を占めていました。約6割が65歳以上の方からの相談であったわけです。ところが、令和2年の数字を見ますと、最も多いのが20歳代の22.3%です。どの年代でも押しなべていろいろな相談が寄せられているという数字かなという気がします。

検挙された利殖勧誘事犯の事例を見ると、SNSをきっかけとして、その利殖商法が若者を中心に勧誘され、その結果、様々な被害を生んでいるということが問題になっています。

仮に連鎖販売に係る書面を電磁的に提供することを全て認めれば、そして、その対象となるものが役務であるといったことを想定すると、言わば契約の誘引から結果的に契約書面の交付まで、全て電磁的に終わってしまうということが起こりかねません。本当に成年年齢の引下げが目の前に迫っている現段階で、そういう選択肢を取ることが妥当で適切なのか。この点については慎重に検討する必要があると思います。

なるほど、若者はスマホを使うという意味での情報リテラシーは持っていると思います。しかし、ネットでの契約に関するリテラシーが本当に備わっているかという点、そうとは言いがたいと思います。少なくとも契約書面の電磁化がいわゆるネットの中での取引の被害の拡大に拍車をかけないための対策といったものを考える必要があると思います。

最後に、私ども適格消費者団体としてのケースの活動は、こうした勧誘方法は不当ではないかとか、こういう契約条項は不公平ではないかといった消費者から寄せられる情報にその端緒があります。もっとも、提供いただいた情報を差止めといった活動につなげていくためには、証拠が必要で、その際をお願いをして、消費者から契約書面等をお送りいただくということがあり、それが活動の重要な柱になっています。

加えて、その書面に時にメモが書かれていることがあります。その手書きのメモが、消費者が後に書いた場合もちろんありますし、それから、説明に際して事業者の方が書き込んだ場合もあります。これらのメモがどのような形で勧誘がなされ、結果的にそのことを消費者がどのように認識をしたか。あるいは、その勧誘をされた際の説明と契約書面の規定の違いを検討するに際して、大きな意味を持つことがあります。そして、それが消費者の権利を擁護する適格消費者団体の活動に大きな支えとなっています。

先ほど来、お話をしてきたように、特商法には7種類の取引があります。対象となる商品も様々です。そういったことを丁寧に検討した上で、この書面の電磁化という問題は対応されるべきであると私どもは考えています。

お話をする機会をいただき、また、御清聴いただき、ありがとうございました。

以上です。

○鹿野主査 どうもありがとうございました。

今までは高齢者にある程度焦点を当てた御意見等が多かったのですが、本日、先ほどの坂東常任理事からの御意見は、デジタルに慣れているデジタル世代とも言われるような若者にとっても、契約書面の電磁化に関しては慎重な検討が必要であるという趣旨も含むものであったと理解しました。

それでは、ただいまの御意見に対して、池本委員、高芝委員から御質問がございましたらお願いします。いかがでしょうか。

池本委員、お願いします。

○池本委員 御説明ありがとうございました。

基礎にある実態とか考え方を整理していただいた上で、それを手順の提示につなげていただくという意味で、非常に理解が整理できたと思います。

基本的な考え方の部分になるかもしれませんが、先ほどの資料の3ページ目で、訪問販売で直ちに書面の交付をわざわざ電磁的にとすることはなかなか想定し難いという記述がありました。ただ、これに対しては、たしか第2回のヒアリングで事業者側の意見として、このような手順が想定できるということがあったのです。それは、訪問して勧誘のみを行い、申込みは受けずに一旦退去し、事業者が退去した後に消費者が申込みたい場合に、消費者から電話、ファックスなどで申込みを行う。これを受けて契約を締結し、承諾により、書面により電子交付を行うという手順が想定できる。

その場合、申込みがない消費者には再度アプローチはあり得るという記述や、あるいはそもそもこうした流れは訪問販売となるのだろうかという解釈を明確にする必要があるという問題提起もありました。

そこでお伺いしたいのは、営業所等以外の場所で勧誘して、その場で申込みを受けずに、後で通信手段で申込みを受けるとなると、営業所以外の場所で申込みを受けていないから訪問販売に当たらない、通信販売ではないかと解釈すべきなのか、あるいは、こういう場合も訪問販売に当たると解釈するのかという御意見をもし可能であればお伺いしたい。

仮に訪問販売に当たるとした場合に、申込みを受けたときは直ちに申込みの紙面を交付するという点との関係で、どのような段階でどう交付すべきだと考えればよいのかという点、これも関連するところです。

もう一つ、4ページ目で、承諾は書面で行うことにして、紙の提供が受けられることを示して判断できるようにするという御意見でした。

承諾を書面で行うということなどの消費者側から出ている意見に対して、たしか第3回のヒアリングでしたか、事業者側からの意見で、電磁的な提供であまり厳しい要件にするとデジタル社会の推進という大きな政策の流れが阻害されてしまうのではないかという御意見がありました。こういう大きな流れとしてのデジタル社会の推進と、特商法との関係をどう考えればよいのかという点。

最後に1点、5ページでしたか、若者はスマホを使う情報リテラシーは有しているが、ネットでの契約のリテラシーがあるとは言い難いという情報リテラシーと契約リテラシーという言葉ですが、20歳前後の大学生に日々接しておられる先生のお立場あるいは御経験からして、情報リテラシーはあるけれども、ネット契約のリテラシーがあるとは言えないというのは、どのような場面、どのようなことなのかということをもう少し敷衍していただけると助かります。

直接の説明内容から少し飛んでしましますが、すみません。

○鹿野主査 それでは、回答をお願いします。

○坂東氏 御質問ありがとうございます。

1番目、訪問して勧誘のみをし、その後、消費者の申込みを後日オンラインで受けるという話なのですが、契約を締結するということの主要なポイントは、まさしく契約内容を当事者がどう合意するかという問題だろうと思います。その意味でいくと、先ほど申し上げ

げたとおりで、訪問販売を事業者の方が選択する最大の意味は、その場で自らの商品についてきちんと説明をし、その後、取引の契約内容についてもそこできちんと消費者に理解してもらうというところにあるはずです。

言わば、そこでその後提供される書面というのは、それを体現するものにほかならないわけでありまして、そうすると、仮にその場で申込みを受けずに書面を後日、電磁的に渡すということがあったとしても、それは一連の契約締結過程の問題ですから、一遍そこで切れて、通信販売ですよということは無理だと思います。なぜそれが言えるのか、そもそも私には理解不能です。

逆に言うと、何でそこまでして訪問販売しておきながら、その場で契約を取らないのか。消費者の人たちがそこで契約したいという意思表示をしているのに、それは悪いけれども明日ネットで送ってくれるなんていう契約締結手続があったら、そのこと自体が適正なのかということも問題になるように私には思います。それが1番目の御質問に対する私の答えです。ケーシーズではそこまで検討していませんでした。あくまで私の意見です。

2つ目ですが、いわゆるデジタル社会の大きな流れの中で、承諾をするのを書面で行うなんていうのは逆ではないかという御指摘です。大きな流れで見たときに、デジタルというのが消費者にとっても大きな意味、利便性をもたらすだろうということは、私もそのとおりだと思います。ただ、勘違いしてはいけないのは、それは消費者にとっても、事業者にとっても、あるいは社会にとっても利益がある場合だと思います。それがきちんと説明できない場面では、デジタルという大きな流れの中で物事をくくってしまうのは適切ではありません。

ですので、デジタル社会を本当に皆さんが理解して、適切だねと思うためにも、例えば訪問販売の場面などで、全てのをデジタルで対応するというやり方をする事自体に限界があるし、問題があると思います。決して訪問販売に関して一定の条件を課すということがデジタル社会への転換にとってマイナスの話ではないと私は思います。

3つ目はリテラシーの話です。若い方というのは、確かにスマホが上手です。スマホは上手ですが、例えばスマホがとても上手な学生が、逆に言うと今度はパソコンでワープロなどの入力が入手かということ、必ずしもそうではないのです。パソコンの前に座ると、スマホであれだけできていた子ができなくなる子もいるのです。

また、今、20歳未満の男性の相談で、脱毛剤が件数で言えば抜群の1位にありますが、あれなども言わばネットで検索をして、それで出てきたターゲティング広告をクリックして、通信販売で購入したところ、定期購入だったというトラブルです。

つまり、ネットで検索することは上手ですし、もちろんそこで出てきたターゲティング広告から契約に至る手続についてはできますが、その画面を見ながら定期購入であるということをちゃんと理解することは、実は若い人にとって決して易しいことではないのだろうなと思います。

ですから、電磁的な見える範囲での情報提供と、書面で一覧できる情報提供との間には

若い方にとっても違いがまだあるのかなと私は思います。

以上です。

○鹿野主査 ありがとうございます。

池本委員、よろしいですか。

高芝委員、御質問があればお願いします。

○高芝委員 ご説明をありがとうございます。

先生からは、取引形態ごとに特性があるので、それを前提に、契約書面等の電子化を検討した方がよいというご意見を頂きました。

質問としては、表紙を入れて5枚目、本文としては4枚目になりますが、「3.」の一番下の④に、「消費者からの『受信した旨』のメールの返信を必ず確認する対応をすること」と記載されています。クーリング・オフとの関係を考えますと、クーリング・オフの起算日となるのは、一般的には、メールが送信されて、それが着いた時ということになると思われませんが、そうしますと、その後に消費者から④の返信がなかったときは、クーリング・オフの起算日との関係では、どのようになりますでしょうか。クーリング・オフとは連動しないけれども、このことを求めるということになるのか、それとも、クーリング・オフの起算日にも影響することになるのか、その点について、もし、何か検討されたところがありましたら、教えて頂ければと思います。

以上です。

○鹿野主査 それでは、御回答をお願いします。

○坂東氏 御質問ありがとうございます。

正直に申し上げますと、ケーシーズの理事会のレベルでそこまで突っ込んだ議論はしておりません。今回のところで一応こういう整理でどうだろうかということを理事会レベルに提案して、意見をいただいて、私なりにまとめたというのが正直なところです。ですので、今、先生から御質問いただいた点についてのケーシーズとしての見解があるとは言えません。

ただ、私自身がまとめたときに思っていたのは、要するにクーリング・オフの起算点との関係でいくと、結局のところ、電磁的な書面の交付によってクーリング・オフが告知されたときということから問題になりますから、したがって、消費者からの受け取りましたというメールがなかったとしても、相手方に到達しているということの立証ができるのであれば、それはそこから動かざるを得ないだろうと考えていました。

ただ、そのことは電磁的な書面をネットで提供する場合には、到達の立証は、実は言うほど簡単ではない話かなとも思っていて、その意味から言っても、事業者の方はちゃんと着いたということを何かの形で確認されるほうがいいのかと思います。

結局のところメールベースで動かざるを得ないと私は思っています。既読マークなどがつくSNSを使うといろいろな問題が起こると思います。ですので、結局のところ、何らかの確認手段を講じざるを得ないのかなというのが乏しい知識の中で考えたことです。

以上です。

○鹿野主査 ありがとうございます。

高芝委員は、以上のご回答でよろしいでしょうか。

○高芝委員 結構です。ありがとうございます。

○鹿野主査 池本委員、何かございますか。よろしいですか。

まだ質問は尽きないかもしれませんが、私自身も聞きたいことがございましたが、時間も大分経過してしまいましたので、本日のヒアリングはこれにて終了とさせていただきますと思います。皆様、どうもありがとうございました。

それでは、事務局から次回の日程の御連絡等をお願いします。

○奥山課長 事務局でございます。

次回、第5回のワーキングチーム会合は12月21日火曜日の日程で現在調整をさせていただきます。確定いたしましたら、委員の皆様にご案内を改めて申し上げます。

○鹿野主査 本日はありがとうございました。

これにて、第4回ワーキングチーム会合を終了とさせていただきます。お疲れさまでした。