

第1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1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8月31日（火）10：26～12：05

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）

- ・ 一般財団法人日本消費者協会
専務理事 橋本康正 氏
事務局次長 田中大輔 氏
- ・ 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
東京相談室長 中野子礼子 氏
東京相談室副室長 福長恵子 氏
大阪相談室長 山口知香 氏
- ・ 主婦連合会
会長 河村真紀子 氏

（消費者庁）

片桐審議官、奥山取引対策課長

○鹿野主査 皆様おそろいですので、定刻より若干早いのですが、「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」を開催したいと思います。

本日は、ワーキングチーム構成員の皆様及びヒアリング対象者の皆様とオンラインでおつなぎして開催しております。

私は、本ワーキングチームの主査を仰せつかりました鹿野と申します。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御説明をお願いします。

○奥山課長 まず、ウェブ会議の操作について御説明を申し上げます。

ハウリング防止及びデータ通信量を抑える関係から、皆様におかれましては、御発言のとき以外はマイクをオフに設定してくださいようお願いいたします。

御発言される際には、マイク及びカメラをオンにさせていただいて、御発言の方の御様子が見えるように設定してくださいと幸いです。

また、音が聞き取りにくい際、映像が見えないなどの不具合が発生しました際には、お名前とその旨をチャットで御送信をお願いいたします。チャット送信をしましても反応がない、もしくは入力できない場合は、一旦ウェブ会議から退出をいただいて再入室をお願いいたします。再入室しても改善されない場合には、あらかじめお伝えしております緊急用の電話番号への御連絡をお願いいたします。

続きまして、本日御用意しました資料につきまして確認をお願いいたします。資料は本日御意見を頂戴します一般財団法人日本消費者協会さん、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会、NACSさんですね。それから、主婦連合会さんからそれぞれ御提出いただいたものがございます。

皆様、どうもお忙しいところ御提出をくださいます、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、音声のみ一般傍聴で公開をしております。傍聴されている方へのお願いでございますが、会議の間はカメラもマイクも常にオフに設定をお願いいたします。もしマイクをオンにしていらっしゃる方がおられる場合には、事務局にてオフにさせていただきます。

御説明は以上でございます。

○鹿野主査 ありがとうございます。

続きまして、今回は第1回のワーキングチーム会合ということでございますので、ここで本会合の開催趣旨等について簡単に確認させていただきたいと思っております。

本ワーキングチーム会合は、特定商取引法等の改正法による契約書面等の電子化の施行に向けて、真意に基づく承諾を確保する方法や高齢者等対策などを含む電磁的方法による提供の方法の在り方等について、消費者団体、事業者団体、そして、デジタルの専門家等から幅広くヒアリングを行い、論点を整理して、検討会に報告することを任務としております。つまり、本ワーキングチーム会合のヒアリングは議論をする場ではございませんで、

ヒアリング対象の方から自由に御意見をいただく場として承知しております。

このため、ワーキングチームの構成員である各委員からの御質問も、その中心はヒアリング対象団体等の御意見の趣旨や事実関係等を明らかにするためのものとしていただきますようお願い申し上げます。

また、既に改正法は成立しておりますことから、ヒアリング対象の団体等におかれましても、今後の施行に向けてどのような制度設計にすべきかという観点から、できるだけ建設的な御意見を頂戴できればと考えております。よろしく願いいたします。

それでは、本日は検討会の構成員でもある3つの消費者団体から御意見を頂戴いたします。それぞれまず15分程度をめぐり御意見を述べていただき、その後、約10分をめぐり委員からの質問とそれに対する御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、これは時間にもよりますが、3団体それぞれのお話と質疑応答が終了した後、最後に時間の許す限りで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、ヒアリングに移りたいと思っております。最初は一般財団法人日本消費者協会からのヒアリングです。本日は、同協会の専務理事である橋本様と事務局次長の田中様にお越しいただいております。

それでは、よろしく申し上げます。

○橋本氏 おはようございます。日本消費者協会の橋本と申します。まず、私から話の口火を切りたいと思っております。

このたびの特定商取引法・預託法の一部改正におきまして、書面交付における電磁的方法による提供を可能とする規定がなされました。これに関して、日本消費者協会は、2021年2月5日付をもって反対をする意見書を担当大臣及び消費者庁長官に提出しております。

電磁的処理は、一般的には効率性や迅速性の向上には大変寄与するものと考えております。一方で書面、いわゆる紙の文書が有するいろいろな利点があるのですが、その中でも特に保存性、伝達の確実性、また読み取りの一覧性、これらを損ねる危険性があると危惧をしているところであります。

現在の消費者の実態などを踏まえて、適正な契約の成立を確保するため、言い換えれば、電磁的交付が導入されたからトラブルが増えたということがないように、周到的な制度設計に向けての配慮が必要と考えます。このような観点から、1つ目の真意に基づく承諾を確保する方法について6項目、2つ目の電磁的方法による提供の方法について5項目について、日本消費者協会として御意見を申し上げたいと思っております。

中身につきましては、田中から御説明を申し上げます。

○田中氏 それでは、中身について、私、田中から御報告させていただきます。

今、橋本が申したとおり、今回の2つの議案のうち、真意に基づく承諾を確保する方法については全部で6項目、電磁的方法による提供の方法については5項目挙げさせていただきました。一つ一つについてこれから説明させていただきます。

まず、真意に基づく承諾を確保する方法ということで、スライドの1ページ目ですけれ

ども、3つ挙げさせていただきました。ここは3つまとめて説明をさせていただきます。

1つ目が、明確な承諾を得ているかをめぐって紛争とならないような配慮が必要であると思っています。

それから、IT弱者に対する配慮、これを十分に講じる必要があると思っています。

それを踏まえたと、原則として書面交付は紙であるというのが原則になるのかとは思っていますけれども、それでも消費者が希望する場合のみ電磁的方法による提供が認められるということ、事業者は消費者に明確に説明をすることを義務づけてほしいと思っています。

契約書面にはどのようなことが書いてあるか、例えばクーリングオフと起算日、場合によっては中途解約や解約料など、取引の内容によって重要なところは変わってきますけれども、そうした重要なことが書いてあることを十分理解できるようにしっかり説明してほしいと思います。その上で、あくまで選択は消費者にさせるということであってほしいと思います。

また、電子書面の場合には、できる限り自分で印刷するように、事業者が助言することも義務づけるなどしてほしいと思っています。そもそも特商法の適用のある取引は、一般的に事業者主体で契約に至ることが多いです。不意打ち的であったり、中には攻撃的な場合もあったり、自ら望んでいなかったけれども、結果的に契約に至る場合も多いです。だからこそ、契約内容を十分に理解する必要があると思います。

契約内容を理解するために契約書の役割は大きいのですが、契約書の役割を消費者はしっかり理解していないといった側面もあります。そこに便乗するようなかたちで読みにくい電子書面を交付することのないように、契約書の重要性を事業者から十分に説明していただきたいと思っています。契約書の重要性を理解した上で、消費者が選択するべきであると当協会としては考えております。

加えて、ちょっとしたことなのですが、電子書面にするかしないかという選択をさせる場面で、「電子書面」という言葉自体にあまりなじみがない方もいるのではないかという意見もありました。「電子書面にしますか、はい、いいえ」などではなくて、例えば「契約書を郵送ではなくてメールで受け取りますか、はい、いいえ」というような表示に統一するなどの考慮があってもいいのではないかと考えております。

続いて、2つ目のスライドに移ります。こちらは2つ挙げさせていただきます。まず上から説明いたします。契約書面を受け取った日、すなわち電子メールが消費者のサーバーに届いた日がクーリングオフの起算日であることを、事業者は消費者に明確に説明することを義務づけてほしいと思います。クーリングオフのことを正確に理解している消費者は少ないと思います。まして起算日のことを意識している方はほとんどいないのではないかと考えております。改めて、事業者には消費者にクーリングオフの説明と起算日の説明を明確にすることを義務づけてほしいと思います。それから、毎日メールチェックする人ばかりではないので、もし電子書面で送るという場合には、メールがいつ来るのかというこ

とも事前に知らせてほしいと思います。

続きまして、下のほうです。電磁的方法による提供の説明を消費者に行った際に、理解していない様子が見受けられる場合には、その電磁的方法による提供を控えるように事業者は努めてほしいと思います。電子書面はあくまで消費者が希望した場合、それも積極的に希望した場合でいいと思うのですが、そうではなく明らかに適合性を有していないと判断される場合には、電磁的方法での提供は控えるような規定を設けてほしいと思います。

続きまして、スライドの3つ目です。消費者が高齢者である場合など、本人が望めば第三者の確認を求めることを可能にするような規定を設けてほしいと思います。これは高齢者に限らないと思いますが、希望すれば第三者にもメールで連絡が行くようにするという仕組みを作ってほしいと思います。その希望の取り方については、消費者が真意に基づき選択できることが重要でありますので、事業者から誘導することがあってはならないということが必須であると考えております。ここについては電子書面に限らず、本人が望めばほか特商法の契約でもそれでいいと思っていますけれども、少なくとも電子書面の場合はこのようにしてほしいという要望があります。

続きまして、議案の2つ目です。電磁的方法による提供の方法について、5つ紹介させていただきます。スライドの4つ目です。1つ目、電磁的方法で交付する書面は、紙によるものと同様に消費者にとって「一覧性」があるものに限定してほしいと思います。現在の書面交付義務というのは、消費者にとって一覧性がありまして、もらった書面をさっと見れば大体書いてある項目、特に重要な項目の把握が可能であるといった基本的視点に立った規定になっております。電子書面の場合にも、この制度の趣旨は維持されるべきであると思います。仮にそれが後退するようなことになれば、法の趣旨に反するのではないかと考えております。

続きまして、下のほうです。電磁的方法で交付する書面は、消費者にとって容易に読むことができる表記であることを義務づけてほしいと思います。これも現行の話なのですが、現行の書面交付義務では、活字は8ポイント以上、クーリングオフやこの書面をよく読むべきことなどの記載は赤字・赤枠で目立つように書くべきことが義務づけられています。そもそも書面の場合も8ポイントの文字では、決して読みやすいとは言えないのですけれども、それが電子書面になってこれよりも小さい文字でよいこととなると、一般消費者にとっては読みやすいとは到底言えないものになると思います。これも法律が書面交付義務を設けている制度の趣旨に反することになると思いますので、この点についても配慮が必要であると考えています。

とにかく消費者が読んできちんと把握できないと困りますので、小さな文字でスクロールしないと見られないようなことがあってはならないと思っています。少なくとも重要事項やクーリングオフについてはしっかり理解ができるように、それから、見落とさないように、紙の書面の一覧性などのメリットが損なわれないような手だてを講じる必要があると思っています。電子データの場合は特に一目で見ることができないので、最初に大き

く表示をしたり、メールの本文にも分かりやすく表示を併記したりする仕組みが必要であると思っております。

続きまして、5スライド目は2つ併せて説明をさせていただきます。1つ目が、電磁的方法でも確実に消費者が使用している端末に受信されて、受信したことが消費者に認識できるものであることが必要であると思えます。あわせて、電子データを添付したメールを消費者が閲覧をしたことを事業者が確認する措置を設ける必要があると思っております。例えば訪問販売の申込書面は、申込みを受け付けてから直ちに書面を交付することが義務づけられており、手渡された消費者はそれをきちんと認識ができます。電子書面の場合もこれと同様に、消費者に書面が届いた後、認識できるような方法である必要があると思えます。例えば消費者から必ず受信メールを受け付けることを義務づけて、これがない場合には不交付として行政処分の対象にするなどの方法もあってもいいのではないかと考えております。

実はこの部分は内部で議論がありまして、そもそも消費者から受信メールがなければ、自動的にクーリングオフしたものとみなせばいいのではないかと、という案も出ました。このようにすれば積極的に契約したい人の利便性は向上します。一方で、仕方なく契約した人や断れずに契約した人、また、よく理解しないで契約してしまった人などを救済することもできるのではないかと考えています。ただ、今回、政令や省令でやるには無理があるのではないかと、今回のヒアリングの趣旨から少しずれるのではないかと、ということで今回の資料には入れませんでした。それくらいの強固な制度があってもいいのではないかと、という意見が内部で出ました。

続いて、最後に6スライド目です。電磁的方法はドメインのある電子メールのみとし、SNSを介してメッセージをやり取りするサービスなどは対象外にしてほしいと思えます。記載方法に悩みましたが、この趣旨というのは、SNSのメッセージ機能を使った交付は認められないということです。例えば、プロバイダを介したドメインのあるメールに限定するのがよいと思っております。ただ、こうした場合には、例えばフリーメール、Gメールやヤフーメールなどクラウド型のメールサーバーの扱いが同じで問題がないのかなど、技術的などころは気になるところです。最近、フリーメールしか持っていない方が結構多いと思えます。特にスマホしか持っていない人は、格安スマホやMNOでも格安プランだとキャリアメールがありません。具体案がなくして申し訳ないのですが、この辺は気になっているところです。

関連して、電子書面のデータについてはPDFファイルで添付するのが原則であって、それが現実的かと思っております。ただし、これも技術的などころで、PDFファイル改ざんの可能性と、PDFが開けないケースもままあるので、その辺の想定も必要ではないかと考えております。

以上で議案についての説明は終わりますが、最後に、電子化についてはそもそもこれまでもトラブルの多かった特商法の規制を受けている商法にはなじまないという見方もあり

ます。その一方で、デジタル化に向けた特商法の改正ということで、中には抵抗のない方もいると思います。ただ、電子化の流れになじめない人がおり、そもそも電子書面に不向きな消費者が多くいることも事実であると思っています。特に悪質商法の場合、紙の書面でないと家族やヘルパーの方、消費生活センターの方など、周りの人が異変に気づくチャンスが減ってしまうところがあると思います。特に相談現場の方は危機感を覚えているのではないかと考えております。とにかく被害を未然に防ぐ実効性のある規制ができることを強く望んでおります。

日本消費者協会からの発言は以上とさせていただきます。どうもありがとうございました。

○鹿野主査 ありがとうございました。

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等がございましたらお願いしたいと思います。

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。相談員さんなども多数いらっしゃる中での切実な御意見であったと思います。

幾つか拾い出して質問させていただきたいと思います。②のその2とある電磁的方法による提供の方法で、消費者が閲覧したことを事業者が確認する措置を設けるということは、本当に実際に電子データが提供されたことを確認することが非常に重要なポイントなのだと思います。先ほどの御説明で、訪問販売のように対面であればその場で直ちに交付する義務があるから、電子データでも直ちに提供してその場で開いて見てください、自分で開いて見ることができるかどうか、それを現実に開いたものを確認するというところで、ここは確保するという意味なのかと理解しました。

それから、マルチや特役や業提などで対面でない場合、あるいは電話勧誘販売もそうですが、その場合には遅滞なく書面を交付するという意味での交付は、確認ということからすると、電子データで送信した後でもう一回連絡して、「受け取りましたか、開いてください、開けましたか」ということを確認することをおっしゃったのか、あるいは「受け取りました」という受信メールを送る、届かなければクーリングオフというような説明があったのですが、ここは事業者から連絡をして開いたのを確認するという選択肢と、受信メールを送るというのを制度化するというところと2種類あるかと思うのですけれども、この辺りはどうかという点が1点です。

これは事務局への質問になるかもしれないのですが、最後の提案にSNSを介したメッセージのやり取りは対象外とするとありましたが、今回の電子化の中で、例えば特商法4条3項に「申込者の電子機器のファイルに記録されたときに到達したものとみなす」という規定があります。そうだとすると、SNSでアクセスして掲示板を閲覧できる状態で、そこへ掲示してあっても、あるいはそこへ添付ファイルがあっても、自分でそれを取り込まない

限りは到達したことにならないのではないかと思いますので、必然的にSNSが外れるのか、SNSの中で自らダウンロードできればそれでもいいとするのか、この辺りは4条3項の読み方の問題としてむしろ事務局にお伺いできればと思います。

以上2点です。2点目は事務局にお伺いします。

○鹿野主査 ありがとうございます。

まず1点目につきまして、日本消費者協会からお答えいただけますでしょうか。

○田中氏 池本先生、どうもありがとうございました。

受信メールのところなのですけれども、少なくとも消費者が届いたことに気づかないというケースが一番心配しているところですので、池本先生から幾つか選択肢を出していただきましたけれども、それについてはどれに該当するということまでは正直こちらでは詰めていなかったのですが、少なくとも消費者が気づくという観点が重要であるということで、やり方としてはいろいろあると思ってしまして、消費者がメールを開けば自動的に消費者が見ましたという自動返信する機能もあります。ただ、それだとさすがに消費者が気づかないというところもありますので、消費者自身がメールを打って返信するということは必要かとは思っています。内容を確認しましたとか、その辺の内容については内部ではまだ議論をしていないところでした。

○池本委員 池本です。

ありがとうございます。

メールを開いたら自動的に受信したというメールが届くだけだと、添付ファイルまで見たかどうかは確かに分からないので、それではまずいのではないかと感じました。ありがとうございます。

○橋本氏 同じようなことなのですけれども、特に面談しない場合には、契約内容について「書面を読みました」というような具体的な字句を書いて、それについてチェックすることによって「見た、見ない」という確認を最低限やっていただきたいという趣旨でございます。

○鹿野主査 ありがとうございます。

池本先生、取りあえず先ほどの第1点についてはよろしいですか。

○池本委員 結構です。ありがとうございます。

○鹿野主査 それでは、第2点につきまして、事務局に対する御質問だったと思いますが、事務局から何かございますでしょうか。

○奥山課長 2点目に頂戴しました、どういった方法でメッセージを送信すると電磁的な方法になるかというところがございますが、これも実は検討点の一つかと考えておりました、契約書に求められる機能があるかと思っておりますけれども、それを果たす上で使い得る電磁的方法が、どれが契約書の持っている機能を全て漏れなく発現できるのかという観点から、何が使えて何は好ましくないというのは今後整理していきたいと考えてございます。

○鹿野主査 ありがとうございます。

その点につきましても検討点なので、制度趣旨等から御自由に御意見を頂戴できればということとして承りました。

ほかにいかがでしょうか。

高芝委員、何かございますか。

○高芝委員 ご説明をありがとうございました。

2点ほど伺えればと思いますが、1点目は4ページの下のところ、「容易に読むことができる表記であること」という御指摘をいただいています。ここは、書面ですと、8ポイント以上の大きさの文字及び数字で記載しなければならないことですか、書面の内容を十分に読むべき旨を赤枠の中に赤字で記載しなければならないことになっていることに対応するご指摘だと思うのですけれども、提案いただいたものとしては、例えば、「何を書いてあるかという項目を記載すること」や「重要な点は少し大きな文字にすること」などのアイデアであったと思いましたが、そういう理解でよろしいでしょうか。

2点目は、5ページで、池本委員からは下の囲ってあるところを中心とした質問があったと思いますが、上の囲ってあるところには、「受信したことが消費者に認識できるものであること」と記載されています。こちらについては、例えば、「○月○日に書面を送った」というような送信通知を送るというようなことを想定されているのか、何か他にも検討事項があったのか、その点を教えていただければと思いました。

以上2点です。よろしく申し上げます。

○鹿野主査 2点の御質問でした。お願いします。

○田中氏 高芝先生、どうもありがとうございました。

1つ目、消費者にとって容易に読むことができる表記のところですが、おっしゃっていただいたとおり、具体的な提案ということできせていただいたということになります。

2つ目は、私どもで検討した段階では、こういう配慮をしてほしいという視点から内部で検討を重ねており、中には具体的な案まで落とし込めていないところがありました。これについても、どういった方法があるのかということまでは、正直まだ検討が進んでいないところでございます。

○高芝委員 ありがとうございました。

○橋本氏 補足しますと、高芝先生の最初の質問については、一番議論になったのは、現状の8ポイントも相当小さいのではないかという問題意識です。これがましてや電磁的な画面になってしまうとどうなるのだろうかという不安が根底にあります。したがって、単純に言えば、文字を大きくしてほしいという極めて技術的なシンプルな話なのですけれども、これは大きいと思っています。

もう一つは、そういう技術的な話ではなくて、もうこれは書面も同じなのですけれども、契約書の項目立てをわざと分かりにくく書いてあると邪推するぐらいに上手でないものがあるのです。これが電磁的書面になってしまうと、それこそ上の一覧性と同じで関連して

極めて危険な状態になりますので、文字ポイントみたいな技術的なものと契約書の構成というものの適正化については、より配慮してもらいたいと。これを政省令でどう言うかというのは非常に難しいのですが、問題意識としてはこういうところがございます。

2つ目の質問は、田中が答えたように、それほど私どももIT関係の技術的な細かいところを熟知している専門家がおりません。「この点は気をつけてほしい」という指摘にとどまりますので、この辺は詳しい方のお知恵を借りて肉づけをしていただければと思っております。

以上です。

○高芝委員 ありがとうございます。

○鹿野主査 ありがとうございます。

今の点に関して、私からも少し確認させていただいてよろしいでしょうか。まず4ページで御議論がありました。「一覧性があること」という項目と「容易に読むことができる表記」ということを御指摘いただいているわけなのですが、一覧性に関して言いますと、あるいは文字の大きさもそうかもしれませんけれども、端末によっても大分左右されるような気もいたします。特にスマホなどについてはそれ自体がかなり小さい、画面が小さいので、それだけを見ているとなかなか一覧性の確保は難しいのではないかという気もいたします。文字の大きさなどにつきましても、これもどこまで端末に慣れているのかということに関わってくると思うのですが、慣れていればいろいろと重要なところは画面を大きくして表示をすることが可能ですし、これはパソコンでもスマホなどでも同様ですが、そういうことに慣れていないような消費者であるとする、そのまま小さくて読めない、あるいは一覧性もないということにもなりそうな気がします。私自身も、そのような点にどう対処すればいいのか悩ましく思っているところです。もし何かお考えがあれば伺わせていただきたいと思います。よろしく申し上げます。

○橋本氏 では、私が先にお話ししますけれども、確かに書面の一覧性を同等に求めることは難しい問題だと思うのです。そういう意味から、スマホみたいなものは本来私どもの本音から言えば相当なじまないのではないかと。この一覧性は契約書面をある程度読み取れる力のある人によっては非常に便利なものだけれども、もともと読み取りにくい人にとっては一覧性も何もないのですが、先ほど上と下の項目が関連していると言ったように容易に読み取れる、逆に言えば正確に読み取れるということを配慮して、電磁的になったときに単に文書の書面を電磁的記録として送るのではなくて、本当に一工夫も二工夫もして、消費者が間違えないような、読み取り違いをしないような配慮がより一層必要になるということです。ある意味では電磁的機能に着目した技術論だけでは解決できない問題があって、電磁的記録提供によって余計この弱点がさらされるわけですから、その辺の配慮が望まれるということしか私どもとしてはお願いできません。このように少し最終的に何を望んでいるのというのとは分りにくいような意見になっていると思いますが、御理解いただきたいと思います。

○鹿野主査 ありがとうございます。

おっしゃったとおり、今までの書面というのもまだ分かりにくいところがあるのですが、それを単にPDFにして長々としたものを電磁的な方法で送るということでは、分かりにくさを増すことにもなるということでしょうね。だから、この機会に、各項目をはっきりさせるとか、あるいは最初に特に重要なものをきちんと書き込むとか、何か新たな工夫、改善の方法が必要だということとして理解してよろしいでしょうか。

○橋本氏 言葉にすると簡単なのですがけれども、おっしゃるような大変な課題が背景にあります。慣れてる者でも「何だこの契約は」ということになりかねません。一覧性の中で見ていくと、後ろのほうに実はこんなことが書いてあることに気がつくことがあるのだけれども、小さな画面で順序がうまく整理されていないと余計間違いやすい。ある意味では事業者にとっても、「何だか分からないから契約はやめてしまおう」などとされるマイナス面もありますので、ぜひこの機会に大きな課題につきまして御検討いただきたい、ということでございます。

○鹿野主査 ありがとうございます。

まだまだお聞きしたいこともあるのですが、時間の関係もありますので、最後にまた時間が取れましたら質疑応答を設けるということで、次のヒアリングに移らせていただきたいと思っております。ありがとうございます。

それでは、本日の2番目は、公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会、通称NACSさんとして我々も呼んでおりますが、そのNACSさんからのヒアリングでございます。

本日は、同協会の東京相談室長の中野子様、東京相談室副室長の福長様、そして、大阪相談室長の山口様にお越しいただいております。よろしく申し上げます。

○福長氏 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会、NACSです。本日は、鹿野先生から御紹介いただきましたが、中野子、山口、それから福長で対応させていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、真意に基づく承諾を確保する方法、電磁的方法による提供の方法については、福長のほうから意見を述べさせていただきたいと思っております。今、日消協さんのヒアリングを聞いていて、同じような課題認識があるのだと思いながら聞いておりました。

まず、真意に基づく承諾を確保する方法です。現在の消費者保護機能を損なわないために、前提として、この1番、2番というものが必須と考えております。1番というのは①書面の電子化に対応できる消費者であること、②「契約書面等」の持つ消費者保護機能を明確に理解していること、③その上で書面に代えて電磁的方法により提供することを明示的に承諾していることを事業者が確認する義務がある。

それから、同じく事業者は、真意に基づく電子交付の承諾があることの立証責任を負うということをお前提として考えております。

具体的な方法です。1番、事業者は、書面の電子化の承諾を取る前に、①消費者の所有

する電子機器の種類の確認、②添付ファイルの読み取り・保存経験の確認、③プリント機能の有無を確認することを義務づける、これはプリンターを持っていたり、あるいはプリントアウトする機能があったりして、そのようなことができるかということです。

2番、電子書面の承諾方法は、口頭や電話での承諾は認めず、紙での承諾か、ショートメッセージも含まれますが、電子メールなどの電磁的な方法での承諾を得た場合のみ認められるとすべきである。

3番、電子メールで承諾を得る場合は、例えば訪問販売の場合は、それ以外場合も同様ですけれども、その場でタブレット等にチェックを入れるのではなく、①事業者が消費者宅等から離れた時点で、②あらかじめ消費者から情報提供されたメールアドレス等に電磁的交付の承諾を得る電子メールを送信し、③承諾したことを電子メールで、④1日以内に消費者から明示的に返信を受けることを条件とする。消費者から明示的に返信がない場合は、承諾があったとはみなさない。3番というのは、書面の電子化に対応できる消費者であることを確認するという意味で考えました。

4番、紙、電子メールいずれの方法で承諾を得る場合でも、承諾を得る際に、①契約内容、商品（役務）名、数量、代金額及びクーリングオフ事項を記載し、②原則として書面の交付義務があること、③承諾を得た場合のみ電磁的交付になることを明示する。

次に、電磁的方法による提供の方法についてです。重要事項の説明義務、特定商取引法で書面交付義務が課せられた取引類型において、電子書面を交付する際は、契約前に、契約内容を契約相手が理解できるよう重要事項の説明義務が必要である。特に、クーリングオフ規定について、口頭での説明を現在の努力義務から義務化とする。これは特にクーリングオフの権利を確保するためと考えました。

2番、消費者から契約内容に関する電子契約書の再提供請求を受けたときは、事業者にも再提供義務を課す。これは電子契約書の保存が確認できなかったときの補完措置である。

3番、電子契約書には契約時の内容が修正・改ざんされることがないようにする必要がある。これについてはeスタンプやタイムスタンプという改ざんが分かるようなものがあるようですが、技術的なところが私どもでは分からなかったもので、3番はこういう言葉にとどめさせていただいています。

具体的な方法です。電子書面交付に際しては、紙の書面と同様、消費者がいろいろな操作をすることなく、法律で定められた記載内容を同一画面で確認できること必要である。これが今まで話が出ていた一覧性というところです。

したがって、事業者のURLを電子メールに貼り付けてURLから契約書をダウンロードする方法は認めず、電子メールでファイル形式、例えばPDFを添付する方法に限定するべきである。

また、その際、電子メール本文に、契約内容、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が必要である。ここで、電子メールでダウンロードする方法を認めないのは、URLのリンク先が消されてしまって契約書の内容

を確認できなかつたり、書き換えられたりするのを防ぐためです。消費者が確実に入手するという趣旨で、PDFファイルの添付という方法を提案いたしました。

電子書面は、端末の交換や不具合等で保存したファイルが失われることもあるので、電子契約書をクラウド上で保管して、どの端末、ブラウザからでも見られるようにする必要があります。

電子書面を送る端末は、タブレットやパソコンに限定する必要もある。スマートフォンの場合は画面が小さく添付された書面を確認するのは容易ではない。特に高齢者はスマートフォンを持っていても、電話とメールを利用する程度で、ファイル形式で送られる電子契約書を開けない可能性もある。

クラウド上に保存する電子契約書は、「マイページ」で保存することも考えられるが、高齢者は「マイページ」を確認できない場合もある。したがって、高齢者との契約で、電子契約書を交付する場合は、契約者の同意がある場合は家族などの第三者のメールアドレスにも送付し、電子契約書は契約者の「マイページ」に保存しているという説明も必須とするべきである。ただし、家族などのメールアドレスを事業者知らせるときは、家族の同意を取る必要がある。同意が取れない場合は、家族等に電話や紙の書面で説明することも検討される。

今までお話ししてきた内容を、イメージ図ということでここに書かせていただきました。青色の部分は事業者がすること、オレンジ色の部分は消費者がすることです。左側から、勧誘後、消費者のメールアドレスの情報をもらって、事業者が契約予定者と別れた後で、電子書面承諾メールを送信する。この電子書面承諾メールについては、クーリングオフのことや契約内容についても書いておく。それを消費者に送るわけですが、消費者が内容を確認して、把握した契約内容を基に電子書面承諾メールを事業者に送信します。それと同時に、メールと電子書面承諾メールを御自身、つまり消費者のほうのフォルダに保存をする。そして、その承諾メールが事業者に届いたということで、電子契約書面を消費者に送信します。そして、それを受け取った消費者がフォルダに保存をするということです。このようなことであれば、電子書面の交付を受けても内容を理解できるのではないか、ITスキルの確認ができるのではないか、ということでイメージ図をつくっております。後ほど山口からもう少し細かく御紹介をしたいと思います。

以上で私の説明は終わりなのですが、付け加えたいことを最後にまとめさせていただきます。

1、特定商取引法で書面交付義務が課せられた取引類型は、不意打ち性のある勧誘による契約や、契約内容が複雑で契約に至るまでに熟慮が必要な取引類型である。また、昨今、悪質事業者によるトラブルの惹起が多いことを考えると、書面の電子化を導入するには参入規制が必要と思われる。参入規制に関しては、登録制度や届出制度が検討できるが、任意の登録や届出にするにしても、登録や届出をしている事業者のみが電子契約書面交付を可能とする検討が必要である。

2、訪問販売、電話勧誘販売、訪問購入は申込み後、直ちに契約するときは、契約前書面が必要ではないが、連鎖販売取引、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引は、契約前の概要書面交付が義務となっています。概要書面により、複雑な契約内容を理解し、契約に至ることを考えると、オンラインで受講する塾あるいはオンラインの語学スクールなどの場合を除き、概要書面はこれまで同様、紙の書面交付が必要と思われます。

以上でございます。

私からは以上なのですが、中野子と山口から補足説明をさせていただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

○中野子氏 続きまして、補足説明をさせていただきたいと思っております。

今の資料にページを打っていなかったのも申し訳ないのですが、最初の「真意に基づく承諾を確保する方法（承諾の実質化）」の具体的な方法なのですが、その2番で、電子書面の承諾方法は、口頭や電話での承諾は認めず、紙での承諾か、電子メールなどの電磁的な方法での承諾を得た場合のみ認められるとすべきであると書いております。次のページの3のところ、具体的に電磁的方法で契約書面を受け取る場合の承諾について、電子メールで承諾を受け取る場合を細かく具体的に書きました。4番の紙、電子メールいずれの方法で承諾を得る場合でも、承諾を得る際にこういうことを明示するとなっているのですが、4番の紙での承諾であれば第三者が気づくという点ではよいと思っております。ただし、契約者が電子書面の受け取りに対応できるのか、紙で、電子書面で受け取りますと承諾したとしても、契約者がそういうことに対応できるのかというところに問題があると思いたしました。

電子書面で契約書を受け取る場合でも、上の3で示しましたように、手順が必要と考えております。ここまで細かい手順ではないとしても、消費者が対応できる何らかの確認のステップが必要ではないかと思っております。

以上です。

○山口氏 私からは、イメージ図の補足説明をさせていただきます。

電子書面の交付ということで、携帯電話の契約をするときに電子書面の交付がされていますが、実際に相談現場では、電子書面に対してオーケーしたつもりはないのだけれども、何となく契約書をもらえなかったというような相談が増えています。自分が電子書面で契約書を受け取ることを明らかに承諾したということを、消費者の側も認識する必要があると思っております。

それと、事業者の目の前で電子書面を受け取ることにチェックを入れたり、あるいは何か操作したりしても、事業者側の操作に対する誘導があつてできたということはいけないと思いたしましたので、今回のこのイメージ図の中では、2つ目の青色のところの「契約予定者と別れた後」という点を大切にしたいと思っております。

それと、契約者のスキルの確認をする必要もあると思っておりますが、消費者に対してパソコンスキルをテストすることを書くのを嫌がる消費者もいると思っておりますので、ここは消費者に

具体的な操作、つまり、その電子書面承諾メールを作成したり、作成したメールを送信したり、来たメールや自分が送ったメールを保存したりすることを通して、パソコンスキルをチェックするということを考えました。

そして、最後の契約書面を消費者がフォルダに保存した、この受け取った時点がクーリングオフの起算日になるということも最初のメールの段階から明らかにしていけば、消費者にとってもかなり理解しやすい状態になるのではないかと考えております。

説明は以上でございます。

○鹿野主査 ありがとうございます。

かなり具体的な御提案も含む興味深いお話をいただきました。書面の電子化において、デジタルスキルの面での言わば適合性的な要請をどうやって実質的に確保するのかということに関わる具体的な方法についての御提案もいただいたと理解しました。

今の御報告について、池本委員、高芝委員から何か御質問等はございますか。

お願いします。

○池本委員 池本でございます。

御説明ありがとうございます。時間も押していますので、ポイントを絞って手短かに質問します。

まず第1点は、先ほどの日消協さんのヒアリングのところでも出た、契約内容が一覧できることと、重要なポイントを分かりやすくするというある意味矛盾する点について、今回の御提案では、承諾を取るときの承諾の書面または電子メールにも商品名、数量、代金、クーリングオフ事項を記載する。あと、契約書面をPDFにして添付ファイルで送るときにも、それとは別にメール本文に何を幾つ幾らで契約したのか、そして、クーリングオフができる旨が容易に認識できるよう明瞭に表示する。これは通信販売の申込確認画面で使われているキーワードのように思いました。そういう形で今の分かりやすく伝えるということ工夫しておられる、そういう理解でよろしいでしょうか。これは確認です。

2点目は、不意打ち勧誘の訪問販売などで別れた後に、電子データでよいかどうかの承諾メールをやり取りするとあるのですが、実は書面交付義務は申込みを受けたら直ちに書面を交付することになっておりますので、その場を離れてしまうと紙の書面交付義務違反になってしまうのです。真意に基づく承諾あるいは不適正な誘導を防止することは非常に切実なことなのですが、時間をずらして解決しようとする、ちょっと矛盾が生じてしまうのではないかと思います。この点、何かコメントがあればお伺いしたいと思います。

以上、2点に絞ります。

○鹿野主査 よろしく申し上げます。2点ございました。

○山口氏 最後の質問からお答えさせていただいてよろしいでしょうか。「直ちに」ということに対して相反することは理解しておりますが、「電子書面の場合については」という特別な項目を設けていただくことは無理なのかという思いは少し持っております。ですから、電子書面ならではの追加の補足の様な項目が必要になるのではないかと私自身は

思っております。

○鹿野主査 ありがとうございます。

今、第2点についてお考えをさらに示していただきました。第1点はいかがでしょう。

○中野子氏 第1点について、契約内容について承諾メールあるいは契約書面が送られてくるメールのほうにも数量等を記載するというところなのですがけれども、消費者は例えば申込みをしました、これも通信販売がイメージとしてはあるのですけれども、承諾、申込みを受け付けましたというようなメールだけで契約内容が分からない、自分の契約した内容がはっきりしない、というような相談もあつたりします。しつこいようなのですけれども、承諾メールあるいは契約書面、PDF等で送られてくる場合にも、消費者が必ずしもきちんと契約内容を確認していないケースも多いので、しっかりとその部分の契約内容、必要なものが書かれていれば、例えばクーリングオフということを考えたときにもわかりやすいのかと考えております。

以上です。

○池本委員 ありがとうございます。

○鹿野主査 ありがとうございます。

高芝委員、何かございますか。

○高芝委員 ご説明をありがとうございます。

質問については、2点、お願いしたいと思います。5ページの電磁的方法による提供の方法の2番目のところで、「消費者から契約内容に関する電子契約書の再提供請求を受けた時は事業者が再提供義務を課す」という記載があります。このところと、6ページ、7ページなどにある「電子契約書をクラウド上で保管して、どの端末、ブラウザからでも見られるようにする必要がある」という記載の関係はどのように考えたらよいのでしょうか。端末の交換や不具合等で保存したファイルを失うことなどがあつたときに、電子書類の再提供を受けて確認するという方法と、クラウド上で保管して、どの端末、ブラウザからでも見られるようにしておくことによって確認ができるようにするという方法、この2つの関係について、もし何かお考えがありましたら教えていただければというのが1点目です。

2点目は、7ページになりますでしょうか、具体的な方法の4.の最後の方に、「家族などのメールアドレスを事業者に知らせる時は、家族の同意を取る必要がある」と記載されていますが、これは、個人の情報であることとか何かを意識して書かれたのか、その点を伺えればと思いました。

以上2点です。

○鹿野主査 ありがとうございます。

高芝委員からも2点御質問がありました。よろしく申し上げます。

○福長氏 福長です。

再提供義務に関する先生からの御質問ですが、クラウド上で見られるようにというのは趣旨が違っているのではないかという御質問と理解しましたが、よろしいでしょうか。

○高芝委員 違っているというよりは、機能的には同じ方向を目指している内容のご指摘かどうか、その点についてお考えがありましたらという趣旨です。

○福長氏 方向としては、例えば消費者が見られなくなってしまったというときにすぐに再提供してもらえるとということと、どの端末からでも見られるようになっているということになれば、いろいろ探すような消費者の場合は、これで見られることになるという意味では、二つの趣旨は重なってはいるのですけれども、思いつくままに記載させていただいたということでございます。

それから、家族の同意は、個人情報保護法を意識したものなのかということですが、それもあるのですが、事業者に対して自分のメールアドレスを知らせたくない、今後何か不要なメールが入ってくるのではないかと考える消費者もいらっしゃると思いますので、そういう感情的な部分でも承諾というものが必要なのではないかと、ということ書かせていただきました。

○高芝委員 よく分かりました。ありがとうございます。

○福長氏 ありがとうございます。

○鹿野主査 ありがとうございます。

まだ私自身も伺いたいところもあるのですが、時間がかなり押しておりますので、一旦NACSさんからのヒアリングは終わりにさせていただき、本日3番目のヒアリングに移りたいと思います。ありがとうございます。

本日の3番目は、主婦連合会からのヒアリングで、同会の会長である河村様にお越しいただいております。よろしく申し上げます。

○河村氏 主婦連合会の河村でございます。発表の機会をいただきまして、ありがとうございます。

それでは、主婦連合会からの意見を発表させていただきます。時間も押しているようですので、あまり前置きをつけずに行きたいと思います。

まず、真意に基づく承諾を確保する方法という1番目のお題についてですけれども、まずは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、そういう消費者とは、ということでここに挙げました。必要十分条件としてこれだけあると思っております。

ハードウェア要件ですけれども、パソコンやタブレットが必要であって、一定程度以上の大きさの画面が必要です。タブレットでも小さいものもあります。今までの団体の方の御意見の中にもありましたように、一覧性等を確保するために、高齢者は小さい文字が読めませんから、一定程度以上の大きさをもったモニターを備えたということは必要条件だと思っております。あるいはスマートフォンを利用するというのであれば、プリンターと組み合わせきちんとプリントアウトして読むことができるようにすること、スマートフォンを使うならプリンターは必須だと考えております。これらに限らない組合せがいろいろあるかもしれませんが、要するに、書面を確認するのに十分な機器を所持していることがハードウェア要件になると思っております。

次にソフトウェアの要件です。これは交付の方法がこれから決められていくと思うのですが、それによって違いは出ると思います。メールのことだけが狙上について、よく分からないのですが、USBメモリのようなもので渡すということもあるのか、それによって随分要件が変わってくると思います。まずは当然のことながらメールソフトが機器に入っていること、それだけではなくて、添付ファイルを開覧するために必要なソフト、PDFであればビューアだったり、アクロバットだったり、そういったものが必要です。

スキル要件に移りますけれども、ハードやソフトがたとえあったとしても、それらの機器を契約する本人が日常的に使っているか、使いこなせているか、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が問われると思います。私はデジタル機器を数十年にわたって使っていますが、それでも普通に仕事をするやり取りの中で、PDFファイルが開けられるはずなのに開けられなかったとか、いつもと違うノートパソコンで開けてみたらPDFファイルが開けなかったとか、あるいは添付したと相手が言っているのについていなかったとか、そういったことがそんなに珍しくなく起きます。このページに書いたものは非常にハードルの高い要件であります。そのことを改めて確認していただきたくて書いています。

もちろん、それと同時に本人の理解が必要です。ここは機器のことやハード、ソフトのことを書いておりますが、その機器の確認を業者さんがするとき、その意味を消費者が理解しているということが当然ながら必要になってきます。高齢者の場合は10年前に買った機器を持っているかもしれませんが、もしかしたらその契約の時点で少し判断力が衰えていたり、使わなくなっていたりするという事も考えられますので、これらのことを理解していることが絶対条件になると思います。

次に行きます。承諾の実質化②、2ページ目なのですが、書面の消費者保護機能を明確に理解していることについてです。紙の書面交付が原則であることは、ほかの団体の方もおっしゃっていたように必ず伝えた上で、書面交付に代えて提供する電子データに契約する内容やクーリングオフ制度を記してそれが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、電子データで交付する場合の起算日の考え方などを説明して、それらを契約する消費者が理解している、そして、そのことを確認することが必要になると思います。非常に難しいことだと考えております。これがこのページに書いたことです。

次が承諾の実質化の3ページ目なのですが、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が必要となります。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上で、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、そういったものをこれから提供しますよ、その承諾をいただきましたという意味です。

この説明と承諾を明確に確認できるように、電子交付についての承諾控えを交付・提供すること。

真意に基づく承諾について後に争いとならないように、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というルールを導入も考えられます。消費者がその録音は受け入れられないと拒否した場合は、原則どおりに紙の書面とするというルールをここに書いております。

次のページに行きます。電磁的方法による提供の方法です。ファイルを開けることの確認、メールでしたらメール本文での重要事項の記載、第三者の関与についてここに書いています。

契約条項全体をPDFファイルで提供するとともに、電子メールの本文に、契約内容のうち商品名や数量、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。対面で、例えば訪問販売等の場合は、その場で「今、送りましたけれども、ファイルを開けて閲覧できましたか、確認してください」ということを事業者が義務づけるべきだと思います。

次の項も同じことなのではけれども、電子データの閲覧の確認をするということになります。これはクーリングオフ等の告知機能を確保するためです。

次に書いたのは、一定年齢以上の高齢者に対して電子交付を行う場合には、これまでに書いたもろもろのことに加えて、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。この場合、消費者が誰か家族等第三者に提供することを断った場合には、書面交付の原則に戻すというルールが必要だと考えております。

次に行きます。「真のデジタル社会を目指して」と書きましたけれども、実態と合理性に照らして契約プロセスの要件を電子交付に加えることを提案したいと思います。

ここまで、書面交付のデジタル化が消費者に不利益にならないことを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、その確認という要件とその方法を述べてきました。政府が目指している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心から望む立場から、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と思います。

つまり、ここに書きましたように、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いうものです。典型的な例としては、消費者からオンラインでアクセスして、オンライン英会話などの契約の申込みをするケースです。※のところに書きましたけれども、訪問販売や電話勧誘販売などの不意打ち的な勧誘による契約の場面では、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私は言えないと考えております。

逆に考えますと、私はデジタル化で非常に便利に契約書面を閲覧して、文字を拡大して見たりすることで便利に使える人が世の中に存在すると思っています。存在すると思っていますが、訪問販売や電話勧誘販売のように、消費者が主体的に飛び込んだ勧誘の場面ではないところでは、今まで書きましたように、そういう適合性を有する人を見つけていくこととなります。見つければいると思います。ただ、見つける過程では、あまりにも必要十分な確認要件が煩雑ですから、現実的に考えて取引類型とその書面交付の方法というの

は合理的に選ばれるべきだと思います。附帯決議にもあります書面交付義務が持つ消費者保護機能が確保されることを考えましたら、ワーキングチームの主査でいらっしゃる鹿野先生もおっしゃったように、法改正はもうなされていますので、特商法における書面の電子化については、オンラインで主体的にアクセスしたケースから政省令にて扉を開けていくことを提案したいと思います。

ここに書きましたように、マルチ商法や内職商法のようなネット広告で、勧誘目的を明示しないでアクセスを促すようなケースについても、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と考えますので、自ずと絞られてくると思います。

最後のページですけれども、特商法の前身の訪問販売法ができた1976年の日本の高齢化率は7%でした。45年が経過して、今や高齢化率は29%、約4倍になっています。また、独り暮らし、高齢2人世帯も増加の一途をたどっています。

消費者教育による自立した賢い消費者を目指す、消費者団体も昔からこういうことを唱えておりますけれども、それでは解決できない脆弱性が存在しており、また、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してはいけなとと考えています。誰もが高齢者となりますし、誰にでも判断力の衰えが訪れる可能性があるわけですから、特商法が規制している取引の種類においては、それとデジタル化の兼ね合いをきちんと見ていく必要があると考えています。

デジタル導入の自主性を重んじるのであれば、まず契約の自主性が問われるべきです。電子化の自主性をきちんと確認するためには、先ほど申し上げたように、全部録音を取るとか、第三者にも見てもらうとか、ということが必要になるわけです。また、これを逆に考えていきますと、このやり方をすると、本当にデジタルに適合している消費者を見つけて、その人にデジタル交付するために、そういう人が受けなくてはいけない関門が私には非合理的に思えるのです。つまり、すごく無理が出るということなのです。本当にデジタルに長けた消費者がいて、勧誘を受けて何かするとき、「電子交付でもいいですよ」と判断したとしても、被害をなくすための手だてをすると、そういう人たちが電子交付にたどり着くためには、今まで申し上げたような様々な要件をクリアしていかなければならない。

仮にそのような確認手段は要らないと消費者がいても、そのルールがないとそうではない人に被害が出るということです。このことは本当に冷静に考えるべきであり、そのようなルールの目的と手段を考えて、特商法のこれからの姿を描く必要があります。ほかの団体の方もおっしゃっていたように、登録制などいろいろな方法があると思います。勧誘スタイルもこれからの社会に合っていくように変えていく。将来を見据えて書面交付のデジタル化はまず自主的にネットにアクセスした消費者に対して行う。そこからもっと広い視野で豊かなデジタル化を、消費者庁が先頭に立って、消費者にとって、ひいては全ての人に幸せをもたらすようなデジタル化を政策的に考えていくということに、消費者団体としても協力していけたらと考えています。

以上です。

○鹿野主査 河村様、ありがとうございました。

それでは、ただいまの御意見に対して、池本委員、高芝委員から質問はございますか。
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。非常に本質的なところを深く検討された提言であると敬服いたします。

まず、適合性というところが冒頭に出てきますが、本当にそれが本質的な事項だと思います。仮にこれを政省令に入れるとすると、単に質問してイエスと答えたからオーケーだということではなくて、こういうことを質問し確認するのが義務だということと、客観的にその条件が合ったということ、その2つが要件になるという意味だと理解しました。そういうことでよろしいでしょうか。これは確認です。

5 ページ目で、対面の場合にはその場でファイルを開けて閲覧できることを確認する義務と、その下にクーリングオフの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という記述があります。対面の場合にはその場で申込みを受けたら直ちに申込書面を交付する、あるいはそれ以外の取引で遅滞なく契約書面を交付すると書いてあるものであっても、電子データの場合、対面しているのであればその場で提供して閲覧を確認することもあり得るのかと思います。隔地者間の場合、離れている場合にはその場で確認というわけにはいきませんが、問題は、先ほどの閲覧の確認措置というのは、電子データをメールで送って開いたことが自動的に返信で確認できればいいという意味なのか、あるいはもう一回連絡して「開きましたか、確認されましたか」と連絡を取って確認することまで含むということになるのか、この辺りはどうお考えなのかという点についてお伺いできればと思います。時間もありませんので、その2点に絞ってお伺いします。

○鹿野主査 以上2点、よろしくお願いします。

○河村氏 もう一度簡潔に1点目をお願いできればと思います。

○池本委員 これは質問をして確認をすればいいという意味だけではなくて、質問をして確認をする義務とともに、客観的にこの要素が備わっていることも要件だと。客観的な意味と確認という意味の両方を含むのだと理解してよいかどうかということです。

○河村氏 ありがとうございます。

そのとおりです。聞いて「はい」というだけでは、全く特商法の類型の契約・勧誘場面にはそぐわないと考えています。そういう意味でも非常に現実的には大変なことになると思います。これがなければ、私は必要十分条件ではないと思っていますので、その場で何かをちゃんと見られることを確認してもらうことが必要であって、口で言うだけでは駄目だと考えております。

5 ページのところのお話なのですけれども、これはもちろんメールを読みましたという返信は、本当にクリックしただけで開封通知として送られてしまう機能もありますが、それは全然駄目だと思っています。これもどのようなメーラーを使っているのか、そうい

うことでも随分変わってくるので、この確認の仕方もきちんと慎重にする必要があります。添付ファイルを開けたことが確認、機器的にシステマ的にできるかどうかというのは専門家に聞いていただきたいです。メールを開いたことはできるはずですが、添付ファイルを開いたこと、でも、それは開いただけかもしれません。非常に難しいことだとは思っていますが、何かしら返信については自主的に「理解できました」、「受け取りました」、「電子的に閲覧できました」ということを確認する必要があるのではないかと思います。細かくはこれからの議論になるとは思いますが、お答えになっていますでしょうか。

○池本委員 ありがとうございます。

○鹿野主査 それでは、高芝委員、いかがでしょうか。

○高芝委員 ありがとうございます。

私の質問は、池本委員の2番目の質問と同じであり、回答は既に伺いましたので、ご趣旨は理解しました。ありがとうございます。

○鹿野主査 ありがとうございます。

かなり時間が押してきたのですが、もしかしたら3つの団体全体に関わる場所もあるかもしれませんし、あるいは最後の主婦連の河村様からの御意見についてはいろいろとまだ御質問もあろうかと思いますが、いかがでしょうか。

池本委員、どうぞ。

○池本委員 時間があればこれもぜひ聞きたかったところです。先ほどの資料の6ページで、オンラインで主体的にアクセスして締結した場合にのみ行うことができると。これがぎりぎりと言えば訪問販売など不意打ち勧誘の場合は、あるいは電話勧誘販売もそうですが、不意打ち勧誘の場合は当てはまらないのではないかと。となると、法律でできると書いてあるものを政令で全くできないとするのはどうかという意味でも、その議論があり得るかと思うのですが、おっしゃっているのは、今後進めていく中の当面の措置として、まずオンラインで主体的にアクセスがあったものに絞る、様子を見てまた次の段階を考えるというような段階論的な提案という意味で理解すればよろしいのでしょうか。

そのことと、法律と政省令の関係はむしろ逆に我々が後で議論することになると思うのですが、現時点での考えをお伺いできればと思います。

○河村氏 ありがとうございます。

そのとおりです。現時点ではそこから扉を開けていくということです。私が申し上げたかったのは、将来像を描き、見据えながら決めていくことです。例えば、高齢者が必ず持っているのはテレビなのです。テレビは画面が大きいのです。高齢者は一番テレビを見ていると言われてますし、持っていない人はほとんどいません。例えばそういう機器を使って大きな書面を見られるようにする。そんなに難しい技術ではないのですが、そういうテレビをつくっていく。何か契約書面や大事な行政書面はそこで見られるという状態をつくっていく。それはUSBメモリを挿すだけでは駄目です。それが閲覧できる何かしらのコントロール、インターフェースがあり、拡大ができたり、プリンターを買ってくればプリン

トもできたりする。そういうことこそがこれからの高齢者に必要です。そういう整備とともにやっていけば、このデジタル書面交付も進んでいくのですから、広い視野で本当に人々の利便と幸福の観点から進めていってほしいので、まずはそこからということを申し上げました。

以上です。

○池本委員 ありがとうございます。

○鹿野主査 ほかにいかがでしょうか。よろしいでしょうか。

最後の主婦連さんの5ページに書かれている、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づけるという点は、2番目のNACSさんからの御意見に示唆されていたところの、その場では販売員等の指図に従った操作で開くことができても単独では開けない状態もあり得るといふ問題との調整も課題になりそうです。そういう誘導によってどうにか開けたという場合は、確認にはなっていないと思いますが、どのような形でそれを防ぐかということも課題としてはあるのかと私自身は受け止めました。

よろしいでしょうか。

時間が少しオーバーしてしまいましたが、本日は大変貴重な御意見等を3団体様からいただきました。その中には、さらにデジタルの技術の専門的な知見も併せて検討すべきことも含まれていたように思います。まだヒアリングはこれから続きますので、本日いただいた御意見も踏まえてさらに検討をしていきたいと考えております。

それでは、皆様、ありがとうございました。

事務局から、次回の日程等についての御連絡をいただければと思います。よろしく願います。

○奥山課長 事務局でございます。

次回日程につきましては、9月の下旬を目途に関係者の皆様と御都合を調整させていただいた上で、追って御案内を申し上げます。

また、今後のヒアリング対象のさらなる追加につきまして、もし御推薦がございましたら御提案を頂戴したいと考えております。本ワーキングチームの構成員、検討会委員の皆様よりヒアリング対象の追加としてふさわしいとお考えの団体等がございましたら、事務局であります私も取引対策課に御連絡を頂戴できれば幸いです。既に御提案いただいている団体はこちらで認識してございますので、さらに追加がございましたら、一旦9月10日金曜日で締めて整理をしたいと思っておりますので、来週の金曜日までにお寄せいただければと思います。

なお、ヒアリングにお呼びできるキャパシティーは限界がございますので、それを超える御提案があるようでしたら、その場合には書面で御意見を頂戴することになりますことを御了承いただければと思います。

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。

今、ありましたように、ヒアリング対象について御提案等をお寄せいただければと思います。

それでは、最後に片桐審議官から一言お願いいたします。

○片桐審議官 本日は、このウェブ会議ワーキンググループに御出席いただいた委員の先生方、意見を開陳していただいた日本消費者協会様、NACS様、主婦連合会様、大変ありがとうございました。

本日は、論点整理に向けて貴重な御意見を頂戴できたと考えております。

今般の法改正が、消費者保護が確保され、消費者利益に資する形で活用されるよう、引き続き御指摘の点をどう具体的に実現していくのかというために、論点整理でどのように整理をしていくのか、IT技術的な部分との関連を含めて、今後慎重に、丁寧に、引き続き御意見を伺ってまいりたいと考えております。

本日は誠にありがとうございました。

○鹿野主査 ありがとうございました。