

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7回ワーキングチーム会合資料

特定商取引法の書面交付 電子化についての意見

全国消費者行政ウォッチねっと

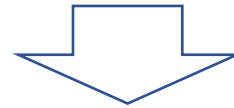


特商法の書面交付電子化のルール設定について の基本的な考え方

特商法の書面交付電子化に対する当団体の立場

特商法の適用対象となっている各分野では、被害が十分抑止しきれておらず、抜本的な規制強化が求められている。

このような中で、書面交付が持っている様々な消費者保護機能※が電子交付化により弱まるのであれば、悪しき「規制緩和」になる。



※確認機能、保存機能、警告機能、告知機能、発見機能など

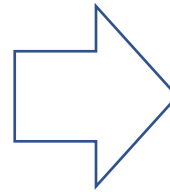
当団体では、以上のような認識のもと、書面交付の電子化には当初から強く反対。

デジタル社会の進展により期待される消費者のメリット

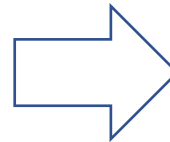
◎商品・サービスに関する情報を自主的に取得することで、自由な意思に基づく選択が可能となる。

◎事業者側からの不本意な勧誘を避けることができ、意思形成過程に対する不当な介入を排除できる。

◎情報の保管・管理が容易になる。



・合理的で自主的な選択の機会を確保される権利
・必要な情報が提供される権利
の実現に資する。



・消費者の自立に資する。

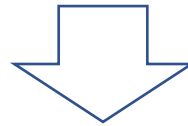
国会での議論の尊重を

改正法が審議された第204回国会では、書面交付電子化に伴う消費者保護を十分に図るため、真摯な議論が行われた

◎当初1年だった電子化の施行期間を2年に延期
→消費者保護の観点からの丁寧な議論を要求する趣旨

◎附帯決議※でも消費者保護のための基本的な視点や方向性を明示

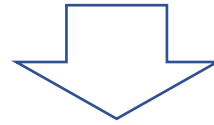
※令和3年6月4日参議院地方創生及び消費者問題に関する特別委員会 附帯決議（以下、「本件附帯決議」）



政府はこうした国会の意向を最大限尊重し、書面交付の消費者保護機能に十分配慮した政省令の策定を行わなくてはならない

直接勧誘型・利益誘導型の取引類型への配慮

直接勧誘型（訪問販売・電話勧誘販売、面談・電話・ウェブ面談による連鎖販売取引等）や利益誘導型（連鎖販売取引・業務提供誘引販売）の取引類型については、事業者による強い誘導の結果、消費者の選択肢が極めて限定される傾向にある。



特にこの分野においては

「デジタル化のメリットが少なく、行き過ぎた勧誘によるデメリットが目立ちやすい」

という特徴があることに注意を要する。

真意に基づく承諾を確保する方法（承諾 の実質化）

真意に基づく承諾を確保するための要件（全体像）

- ① 電子機器・電子データについての習熟度の確認
- ② 重要事項についての説明義務
- ③ 書面による承諾と控えの交付（直接勧誘型）
- ④ 勧誘の録音と保管（直接勧誘型）

① 電子機器・電子データについての習熟度の確認

顧客が電子機器の利用による電子データの取り扱いに習熟していることを販売業者が確認すること。

- ① 消費者は、電子交付の意味（書面交付の重要性）を正しく理解できていない可能性が高い。
- ② 電子機器を十分利用できない者が、書面ではなく電子交付を要求するとは通常考えられない。
- ③ 電子機器を十分利用できない者が電子交付を受けても、デジタル化のメリットを十分享受できない。

① 電子機器・電子データについての習熟度の確認
～習熟度の確認方法～

◎ 販売業者から顧客に対し、法定の方法で実際にテストデータを送付し、顧客が同データを閲覧の上、保存。そのうえで顧客から販売業者に閲覧・保存できた旨を電磁的方法で連絡。

◎ 習熟方法を確認する際、販売業者が手助けすることを禁止。

※直接勧誘型の場合、本要件を含め、勧誘当初から顧客とのやりとりを録音し、一定期間保存することを義務付け（後述の要件④）。

② 重要事項についての説明義務

販売業者に以下の事項についての説明義務を課す。

- ア 書面交付が原則であること
- イ 提供する電子データが契約内容を掲載した重要なものであること
- ウ 電子データの提供がクーリング・オフの起算点であること
など

例えば電子機器の使用に習熟していたとしても、書面交付の重要性やクーリング・オフ期間等について正しい理解があるとは限らないため、事業者の説明義務を課す必要がある。

③ 書面による承諾と控えの交付（直接勧誘型）

書面により承諾を得るとともに、承諾書面の控えを交付する義務を課すこと。

- ① 国会の附帯決議（※）を尊重すべき。
※本件附帯決議 — 「・・・電磁的方法で提供されるものが契約内容を記した重要なものであることや契約書面等を受け取った時点がクーリング・オフの起算点となることを書面等により明示的に示すなど・・・」
- ② 書面交付のさまざまな消費者保護機能の重要性を顧客に自覚してもらう機会を作るために、承諾書面にサインしてもらうことが有効。
- ③ 直接勧誘型の場合、デジタル化のメリットが少なく、「デジタル完結」の必要性は低い。
- ④ 承諾書面の交付に伴う事業者の負担も少ない。
- ⑤ 直接勧誘型における消費者被害のリスクの大きさを考えると、書面承諾によるメリットが事業者負担よりもはるかに大きい。

★電子画面のチェックボックスに
チェックさせるだけでは不可。



顧客本人によるチェックなのか、或いは真意に基づく承諾なのかどうか、後日疑義が生じる可能性がある。

④ 勧誘の録音と保管（直接勧誘型）

直接勧誘型については、承諾を得たうえで勧誘当初からのやりとりのすべてを録音し、一定期間保管すること(承諾がなければ電子交付は不可)。

- ① 直接勧誘型の場合、消費者の選択の自由の制約が顕著であり、真意に基づく承諾であることを事後的に検証できる仕組みの導入の必要性が高い。
- ② デジタル技術の進展に伴い、録音データの保管・管理も容易に。
- ③ 多くの事業者が電話でのやりとり等を自主的に録音しており、事業慣行になりつつある。
- ④ 録音を失念した場合であっても、クーリング・オフ期間が進行しないだけであり、真に消費者が望んだ契約であれば、後になって実際にクーリング・オフをすることは考え難い。

電磁的方法による提供の方法

- ① 電子データの提供
- ② 電子データの保管
- ③ 高齢者への対応

① 電子データの提供

- ・ 電子データの提供は、メールに契約条項全文をPDFファイルで添付する形式で行うこと

① 交付された電子データの内容が事後的に変更・改ざんされないよう、契約条項全文をPDFファイルで添付する方法が取られなければならない。

② 消費者にダウンロードURLを送付し、消費者がそこにアクセスして契約条項をダウンロードする方法では、消費者側でのダウンロード作業が必要になり、実際にダウンロードしないままのケースが想定されることから、相当でない。

③ LINE等のSNSで契約条項をPDFファイルで添付して送付する方法では、一定期間の経過により電子データが自動的に削除されることもあることから、相当でない。

① 電子データの提供

・ 電子データ提供のメール本文に対象となる契約の特定（日付、商品名、数量、代金）及びクーリング・オフ事項（文言が目立つように工夫）、添付ファイルが契約内容を表示した重要なものであること、データの受領日がクーリング・オフの起算日となること、を明示すること

① 法定記載事項が記載された書面の交付、クーリング・オフ制度が悪質商法から消費者を守ってきた。書面交付の電子化においても消費者が契約内容、クーリング・オフ内容を明確に認識できることが確保されなければならない。

② メールでの電子データの添付だけでは、契約条項を目にする機会が実質的に奪われることになる。

③ クーリング・オフの記載は、書面交付において所定のポイント数で赤字で記載することとされている趣旨を踏まえ、太文字や他の文字よりも大きな文字を使う等、メール本文全体からして目にしやすい工夫をすることが求められる。

① 電子データの提供

・事業者は、メールにて電子データを提供した後、消費者が、送付された添付ファイルを開いて契約条項を閲覧したことを確認し、その事実を記録化すること

① 消費者がメールで送付した添付データを実際を開けて契約条項を目にすることが大切で、電子データを送付しただけでは消費者保護として不十分。消費者が添付ファイルを開いて閲覧したことまで見届けることが必要（メール等で閲覧確認し、返信を求める等）。

② 消費者による契約条項の閲覧、確認の重要性から事業者による確認義務を課すことが必要。他方、確認作業が電子的に行われるのであれば大した負担にならない。確認作業を負担と考える事業者は原則に戻って書面交付義務を実行することで足りる。

① 電子データの提供

- ・ 契約条項は編集不可機能、改ざん検知機能付きのPDFファイルで提供するものとする

契約条項の事後的変更・改ざんを防止する必要がある。

② 電子データの保管

- ・ 事業者は、契約条項、契約条項閲覧確認等に関する電子データを相当期間、保管すること

契約に関して授受された電子データは、契約の事実等を明らかにする重要な証拠であり、事業者に対し、相当期間の保管を義務付ける必要がある。他方で、電子データの保管は書面に比べ費用・手続負担は低いので、事業者にとって過大な負担とはならない。

③ 高齢者への対応 (家族等への電子データの提供希望の確認と提供)

顧客が高齢者である場合には、販売業者は当該高齢者に対し、家族等への電子データの提供を希望するか否かを意思確認する義務を負い、その意思がある場合には家族等へ法定記載事項を記載した電子データを提供すること。

- ① 国会の附帯決議（※1）を尊重すべき。
- ② 認知症等高齢者の消費者被害における訪問販売被害の比率が異常に高い（※2）ことに鑑み、高齢者については「見守り」の観点を加味した制度設計が必要（スマホ等が届いた電子データは、家族・見守り関係者が確認・発見することが困難）。
- ③ 事業者が高齢者に対し第三者の指定を求めたにもかかわらず高齢者が断った場合（適当な第三者がいない場合）には、書面交付の原則に戻すことで対応できる。

※1 本件附帯決議 — 「・・・高齢者などが事業者に言われるままに本意でない承諾をしてしまうことがないよう、家族や第三者の関与なども検討すること」

※2 2020年の消費生活相談の販売購入形態別割合を見ると、全体では訪問販売7.9%なのに対し、認知症等高齢者では34.5%を占めている（令和3年版消費者白書 図表1-1-3-14より）

ご清聴ありがとうございました。

