

2021（令和3）年2月1日

内閣府規制改革推進会議

議長 小林 喜光 殿

内閣府規制改革推進会議 成長戦略ワーキング・グループ

座長 大橋 弘 殿

内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）

井上 信次 殿

消費者庁長官

伊藤 明子 殿

内閣府消費者委員会

委員長 山本 隆司 殿

独立行政法人 国民生活センター

理事長 山田 昭典 殿

## 特定商取引法等の書面の電子化に反対する意見書

適格消費者団体 特定適格消費者団体

特定非営利活動法人

埼玉消費者被害をなくす会

理事長 池本 誠司

### 1 意見の趣旨

消費者庁は、特商法の訪問販売等の取引類型（通信販売を除く）全部と商品預託法について、オンライン契約と対面契約とを区別することなく、契約書面や概要書面の交付義務について、「消費者が承諾した場合」を要件として電子化を認める方針を示しました。

しかし、消費者庁の方針は、デジタル社会の推進の名の下に、特定商取引法等の書面交付義務の消費者保護機能を低下させることとなる書面の電子化を、十分な補完措置の検討もないまま、しかもオンライン取引とは関係がない対面型の取引類型にまで広げ、かつ訪問販売等の不意打ち勧誘や連鎖販売取引等の利益收受型勧誘の取引類型全体に書面の電子化を認めようとするものであり、到底容認できません。

### 2 意見の理由

#### （1）規制改革推進会議の議論と消費者庁の方針との齟齬

規制改革推進会議成長戦略ワーキング・グループ第3回会議（2020年11月9日）における問題提起は、デジタル社会の推進のために印鑑廃止・書面の電子化を進める官邸の方針に基づき、「オンライン契約の円滑な利用に支障が生じるルールの見直し」を要請したものです。

ところが、消費者庁は、オンライン契約と対面契約とを区別することなく、かつ同

会議で要請された特定継続的役務提供以外の特定商取引法の通信販売以外の取引類型全部を対象とし、さらには特定商品預託法の預託等取引契約までも、一括して電子化を認めようとしています（消費者委員会1月14日会議）。これは、規制改革推進会議の問題提起を超えて、電子化の必要性や書面交付の消費者保護機能の意義を議論することもなく、法改正を進めようとするものです。これでは消費者保護を主務とする消費者庁の責任放棄であり、「官邸への付度」と批判されても仕方ありません。

## （2）特定商取引法の書面交付義務の消費者保護の意義

特定商取引法の書面交付義務は、訪問販売等の不意打ち型勧誘により、セールストークを信用して契約内容を正確に認識しないまま不本意な契約をするおそれがある類型や、連鎖販売取引や業務提供誘引販売取引等の利益收受型勧誘により、儲け話を強調されて不利な条件に気付かないまま契約をするおそれがある類型や、語学指導やエステティック（特定継続的役務提供）のように実際に受けて見なければ顧客への適合性が判別しにくい無形のサービス提供を長期多数回まとめて契約する類型について、契約締結直後に販売業者から消費者に契約内容やクーリング・オフ制度を記載した書面を交付させ、消費者が立ち止まって契約内容を再確認し冷静になって考え直す機会を与える制度です。

さらに、連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引、特定継続的役務提供の3類型は、複雑な契約内容や利益誘引的な勧誘のため消費者が契約内容を誤認して契約に至るおそれが特に強いため、勧誘段階の概要書面交付義務も加えて、より慎重に考え直す機会を付与するものです。大規模消費者被害を繰り返してきた商品等預託契約も利益收受型取引であり、概要書面と契約書面の二段階の交付義務を定めています。

## （3）書面の電子化による消費者保護機能の低下

これに対し、電子データで契約条項を提供する方法を採った場合は、スマートフォンの小さな画面では契約条項を一覧して読み取ることはできません。また、具体的なトラブル場面が発生していれば、目的意識をもって関連する契約条項をスクロールし文字を拡大して探し出す行動が必要となりますが、契約した直後で具体的な問題が発生していない場面では、電子データが送信されていても、説明されていない不利な契約条件の存在や予備知識のないクーリング・オフ制度を積極的に気付かせる機能は果たせないと考えます。

また、勧誘段階の概要書面交付義務は、書面を交付してそれを見ながら正確な契約内容を説明することを期待しているものですが、勧誘の途中で電子データが送信されても、セールストークによる勧誘と電子データの確認とは連動しませんから、概要書面交付の意義はますます形骸化してしまいます。

したがって、仮にデジタル化の推進のために書面の電子化を検討するとしても、検討対象をオンライン完結型取引（オンラインにより広告・勧誘・契約締結・履行が完結する契約類型）に絞ったうえで、書面交付によって消費者が冷静になって考え直す機会を与えるという消費者保護の趣旨を損なわない具体的な補完措置を検討すること

が先決だと考えます。例えば、クーリング・オフ制度の説明義務の導入や、概要書面を交付したうえで重要事項の説明義務の導入や、オンライン契約の申込画面における重要事項の告知・確認手続の検討など、検討すべき課題は多数あります。

消費者庁は、書面の電子化によって消費者保護の趣旨を損なわないようにするため、「消費者の納得づくの承諾」を要件とすると述べています（消費者委員会 1 月 14 日会議）。しかし、その具体策については何ら示しておらず、政省令・通達等において定める予定であるという説明にとどまります。

これでは、法制度として書面の電子化を認めてよいかどうかの判断材料が何ら検討も提示もない状態であり、多くの消費者団体が批判するように拙速な導入にほかなりません。

#### (4) 対面型取引での書面の電子化の問題性

訪問販売など対面型勧誘により契約を締結する場合は、その場で紙の契約書面を作成し交付することができます。特商法は申込を受けたその場で「直ちに」書面を交付する義務（特商法 4 条）を定めているのですから、取引の円滑性や迅速性のために書面の電子化が必要であるという理由はそもそも存在しません。

また、連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引、特定継続的役務提供及び預託等取引契約は、取引内容の特徴によって規制対象を定める規定であり、訪問販売や店舗販売等の対面型勧誘による場合を含みます。したがって、対面型取引の場合に書面の電子化を認める必要性は同じく存在しません。

対面型取引でその場で書面を交付することができるのに、事業者がことさら電子データで契約条項の提供を勧めることは、事業者にとって契約管理の利便性や迅速性があるのかもしれませんが、消費者にとってはその場で一覧できる書面により契約内容を確認して冷静に考え直す機会が妨げられることとなります。

対面型取引についてなぜ書面の電子化を認める必要があるのか、どのような弊害が予想されるのか、その弊害を防ぐためにどのような措置を講ずるのか、具体的な議論もないままに一律に導入しようとすることは、消費者保護の制度目的を無視するものと言わざるをえません。

逆に、2022 年 4 月 1 日に迫っている成年年齢の 18 歳引下げにより若年者の消費者被害の増加が危惧されており、その被害防止対策が重要な政策課題とされているのに、対面取引を含むすべての取引類型について書面の電子化を導入することは、若年者の消費者被害の増大を招くおそれがあります。さらに、連鎖販売取引は全国の消費生活センターに毎年 1 万件を超える相談苦情が現に寄せられている状態が続いており、書面の電子化による弊害を議論することなく導入することは極めて危険です。

#### (5) まとめ

以上のとおり、デジタル社会の推進のため書面の電子化を検討すること自体は否定しませんが、取引の円滑化のための電子化が必要な取引類型はどの範囲か、書面の電子化によって消費者保護機能が低下する弊害をどのようにカバーするかなど、慎重な

議論を尽くすことが不可欠であり、春の通常国会に法改正案を提出するなどという拙速な作業は到底認められません。

以上

本件の問合せ先

適格消費者団体 特定適格消費者団体

特定非営利活動法人

埼玉消費者被害をなくす会

(担当 吉川 清水)

〒330-0064 埼玉県さいたま市岸町 7-11-5

電話 048-844-8972 FAX 048-829-7444

E-mail [nakusukai.01@saitama-k.com](mailto:nakusukai.01@saitama-k.com)