

「特定商取引に関する法律施行令及び預託等取引に関する法律施行令の一部を改正する政令（案）」等に関する意見

2022(令和4)年12月26日

特定適格消費者団体 埼玉消費者被害をなくす会

標記政省令案については、賛成できる事項が複数ある一方で、修正または補充を要する事項がある。修正・補充を要する事項につき見直しを求める。

1. 該当箇所

特商法取引に関する法律施行規則の一部を改正する命令（案）

省令案 10 条 1 項 4 号 電子機器の画面サイズについて

(意見)

省令案 10 条 1 項 4 号（他の取引類型も同じ）が、書面の電子化を認める場合の消費者の保有する電子機器の画面サイズについて、スマートフォンサイズでも認めるサイズを規定した点を修正し、検討会報告書の提言に従って、A4 の印刷面のサイズまたはタブレットのサイズである 11 インチ以上の画面に限定することを求める。

- (1) 2021 年 3 月に上程された特商法改正案に書面の電子化の規定が盛り込まれた際、多数の消費者団体・消費生活相談員団体・弁護士会等から、「手のひらサイズのスマートフォン画面ではクーリング・オフ規定を読み取ることが困難である」という反対意見が提出された。これを受けて、2021 年 7 月に設置された消費者庁「契約書面等の電子化に関する検討会」は、1 年 2 か月かけて審議を重ねた結果、2022 年 10 月 6 日付報告書において、「書面並みの一覧性（＝面積）を有する形で交付書面と同様の内容について表示可能な機器」であることを要するものと結論付けた。
- (2) この点につき、消費者庁担当課は、2022 年 7 月 28 日第 5 回検討会において、電子画面のサイズにつき「クーリング・オフを含めた法定記載事項が一覧できる大きさは A4・1 枚の大きさになるというところから、この面積に関しましてはそれが画面に収まる。A4 の印刷部分のサイズを測りますと 11 インチぐらいということでしたので、大体それぐらいの大きさを考えております。」（第 5 回検討会議事録 20 頁）と述べ、スマートフォンの画面サイズは認めないことを明確に示した。
- (3) ところが、政省令案 10 条 1 項 4 号等は、「最大径を 2.54cm で除して四捨五入した数値が 5 以上」（つまり、画面の対角線の長さが 4.5 インチ＝11.43cm 以上）であればよいものと定め、スマートフォンの画面サイズを認めるものとした。
- (4) これは、デジタル社会の推進という政府の方針によって、検討会報告書の提言が歪

められたものというほかない。すなわち、規制改革推進会議第6回デジタル基盤WG（2022年9月30日）において、委員から、①2020年の会議においてリモートヨガやリモート英会話の申込みをしても書面を出さなければならない問題提起によって、書面の電子化を検討するよう要請したのに不十分である、②オンラインで取引をしていないところにいきなりオンラインというのを問題視するのであれば、そこを対処すればよく、オンラインで取引に入ってきた人にハードルを高くしないでほしい、③書面の電子化検討会の人たちはデジタル化がすごく悪いことだと考えているように感じるが、事業者も消費者もデジタル化のほうが便利になるからいいという人が多い、④紙にこだわるのを止めてデジタル化を国全体で進めているのだから、消費者保護が薄いところがあれば別の規制強化で対応すべきである、⑤画面の大きさの下限を設けるという点は、スマートフォン等であっても拡大機能等により書面の内容を問題なく把握できると考えられるで、書面と同様の大きさやレイアウト等を前提とする必要はない、などという意見が出された。この最後の意見によって、スマートフォンのサイズを許容する政省令に変更されたことは明らかである。

- (5) しかし、①②については、オンライン英会話に関する問題提起が、全く議論がないままに、業界関係者ですら「青天の霹靂」という状態で、訪問販売や連鎖販売取引など書面交付義務全部に一律に電子化を導入したところこそが、政策判断の本質的な誤りである。③については、特商法の契約書面の電子化に反対する人たちがすべてのデジタル化に反対しているなどという主張は、全く根拠のない誹謗中傷である。訪問販売等の不意打ち勧誘や連鎖販売取引等の利益誘引取引や長期多数回の内容不明確な特定継続的役務提供などにおける書面交付の消費者保護機能を後退させないために、書面の電子化を認める要件や手続を慎重に検討すべきであることを求めているだけである。④については、書面交付によるクーリング・オフの告知機能を確保するためには、クーリング・オフ制度自体の説明義務の導入や、電子メールに添付した契約データの到達によるクーリング・オフの開始時点について、メールサーバーに到達した時点ではなく、消費者が実際に契約データをダウンロードして閲覧した時点とすべきことなど、法律の規定における消費者保護機能の強化を先行すべきであったのに、こうした議論が全くないままに書面の電子化が強行されたことが批判されるべきである。⑤については、クーリング・オフ制度の予備知識がない一般消費者にとっては、画面をスクロールして拡大する操作を無限に繰り返さなければ発見することができず、これではクーリング・オフ制度を告知する機能は果たされない。また、電子データにより契約条項を提供する種類・方法について PDF ファイルを利用することとしたのは、変造防止等のセキュリティ対策を考慮すると PDF ファイルが適切であるという IT 専門家の意見に基づくものである。
- (6) デジタル社会推進基本法第7条は、「デジタル社会の形成は・・・被害の発生の防止又は軽減が図られ、もって国民が安全で安心して暮らせる社会の実現に寄与するも

のでなければならない。」と規定している。書面のデジタル化が消費者保護機能を後退させるものであってはならない。2021年2月に公表されたデジタル社会形成関係法律整備法は、32法律について書面交付に代えて電磁的記録の提供を可能としているが、「原則として技術的な改正で足りるものが対象」であり、「消費者による契約解除の申込み」のように「消費者・弱者保護や紛争予防の観点等から書面とすることに意義が認められるものは対象としない」という方針であった（内閣府規制改革推進室「押印・書面の見直しに係る法改正事項について」第5回成長戦略WG資料4。[210212seicho06.pdf \(cao.go.jp\)](#)）。現に、同整備法によって改正された宅地建物取引業法は、重要事項説明書（同法35条8項）や契約書面（同法37条4項）は書面の電子化を認めたが、クーリング・オフの告知書面（法37条の2、省令16条の6）については電子化の対象としていない。

- (7) つまり、クーリング・オフ制度と一体となっている特定商取引法の書面交付義務について電子化を導入したことは、デジタル社会推進基本法7条の趣旨に反し、デジタル社会形成関係法律整備法をも逸脱した異常な改正なのである。こうした問題点も検討会の中で議論されたうえで、書面交付の消費者保護機能を確保する方向で報告書が取りまとめらにもかかわらず、1年以上かけて議論した結論があまりにも片面的な議論によって覆されることは、政策決定の手続のあり方としても容認できない。なによりも、検討会報告書の結論をこのような形で覆すことは、参議院地域創生・消費者問題特別委員会2021（令和3）年6月4日付附帯決議第1項及び第2項が、「書面交付義務が持つ消費者保護機能が確保されるよう慎重な要件設定を行うこと」、「悪質業者の手口や消費者被害の実態を十分に踏まえた上で、学識経験者、消費者団体、消費生活相談員等の関係者による十分な意見交換を尽くすこと」を政府に要請したことを無視することに等しい。
- (8) したがって、検討会報告書の提言に沿って、電子機器の画面サイズは11インチ以上と修正すべきである。

2. 該当箇所

特商法取引に関する法律施行規則の一部を改正する命令（案）
省令案8条3項 電子メールの件名・本文の表示について

（意見）

政省令またはガイドラインにおいて、電子メールに書面記載事項のデータを添付して提供する場合は、消費者がその重要性を容易に認識できるよう、件名表示及び本文冒頭の表示について具体的な記載方法を明記すべきである。

- (1) 検討会報告書には、電子メールによる提供の場合は、件名表示と本文冒頭に電子デ

ータの重要性を注意喚起する記載をすべきである旨の提言がある。しかし、政省令案には、省令案8条3項（他の取引類型も同じ）に抽象的な規定があるほかは、明確な規定が見当たらない。

- (2) そこで、政省令またはガイドラインにおいて、電子メールに書面記載事項のデータを添付して提供する場合は、消費者がその重要性を容易に認識できるよう、件名表示及び本文冒頭の表示について具体的な記載方法を明記すべきである。
- (3) また、事業者のWebサイトに書面記載事項を掲載して閲覧・ダウンロードを促す通知を電子メール等で送信する際も、同様に件名及び本文冒頭に注意喚起の表示を記載すべきことを具体的に規定すべきである。

3. 該当箇所

特商法取引に関する法律施行規則の一部を改正する命令（案）

省令案8条3項 電子機器の画面に契約条項を表示する方法について

（意見）

クーリング・オフ事項の告知機能を確保するため、消費者がスクロール操作を繰り返さなくてもクーリング・オフ事項を読み取りやすくするよう、書面記載事項の冒頭の位置に表示すること、他の活字の色と区別して赤字・赤枠で記載すること、契約条項の他の部分よりも活字の大きさを大きくすることなどを、ガイドラインに具体的に規定すべきである。

- (1) 省令案8条3項（他の取引類型も同じ）は、電磁的方法により書面記載事項を提供するときは、申込者が明瞭に読むことができるよう表示することを抽象的に規定しているにとどまる。
- (2) そこで、クーリング・オフ事項の告知機能を確保するため、消費者がスクロール操作を繰り返さなくてもクーリング・オフ事項を読み取りやすくするよう、書面記載事項の冒頭の位置に表示すること、他の活字の色と区別して赤字・赤枠で記載すること、契約条項の他の部分よりも活字の大きさを大きくすることなどを、ガイドラインに具体的に規定すべきである。

4. 該当箇所

特商法取引に関する法律施行規則の一部を改正する命令（案）

省令案10条7項 電子化の承諾を得たことを証する承諾書面の交付義務について

（意見）

書面の電子化について承諾を得たときは、電子データを提供する前に、承諾書面を交付することを義務付けることは、消費者の真意に基づく承諾を自覚し、その控えを手元に残す

意義を有する点で賛成である。あわせて、契約概要データを提供し閲覧を確認したうえで契約内容の説明をする手順をガイドラインに明記することを求める。

- (1) 省令案 10 条 7 項（他の取引類型も同じ）は、書面の電子化について承諾を得たときは、電子データを提供する前に、承諾書面を交付することを義務付けている。この規定は、書面交付に変えて電子データで提供することについて、消費者の真意に基づく承諾を自覚し、その控えを手元に残す意義を有する点で賛成である。
- (2) なお、特定継続的役務提供のうち、消費者が電子機器により契約の申込みをした場合であり、かつインターネットを通じて役務提供を受ける場合（オンライン完結型契約）に限り、承諾した事実を電子データで提供してよい（省令 98 条 8 項 2 号）としている点は、検討会報告書でも認めたところであり賛成である。
- (3) 概要書面交付に代えて電子データで提供する場合（連鎖販売取引につき省令案 8 2 条 7 項但書、特定継続的役務提供につき省令案 9 8 条 8 項 1 号、業務提供誘引販売取引につき省令案 1 2 3 条 7 項但書）は、契約締結前（勧誘途中）に契約概要データを提供し閲覧していることを確認したうえで契約内容の説明をすることが求められる場面であるから、承諾の控えを電子データで提供することに賛成である。むしろ、契約概要データを提供し閲覧を確認したうえで契約内容の説明をする手順をガイドラインに明記することを求める。

5. 該当箇所

特定商取引に関する法律施行令及び預託取引に関する法律施行例の一部を改正する政令（案）

政令案 4 条 3 項 電子データの到達・閲覧の確認義務規定について

（意見）

書面に代えて電子データを提供する場合、事業者は、消費者が電子メールを受信したことや、契約データを支障なく閲覧できる状態にあることを、確認義務として定めた政令案 4 条 3 項の規定は極めて有意義であり賛成である。

- (1) 電子データの到達時期（クーリング・オフの起算日）は、法 4 条 3 項等の規定により消費者のメールサーバーに到達した時とされているため、消費者が気付かないうちにクーリング・オフ期間が進行する問題がある。
- (2) これに対し、政令案 4 条 3 項は、消費者が契約データの到達に気付かないうちにクーリング・オフが進行する問題を防止するうえで極めて重要であり、高く評価できる。
- (3) 確認に当たっては、その電子データが契約条項やクーリング・オフ規定を記載した

重要なものであり、メールサーバーに到達した日がクーリング・オフの起算日となることを告げることを、ガイドラインで規定して頂きたい。

6. 該当箇所

特定商取引に関する法律施行令及び預託取引に関する法律施行例の一部を改正する政令（案）

政令案 2 条 1 号 電話勧誘販売の適用対象を拡張する規定について

（意見）

電話勧誘販売の定義のうち、勧誘目的を告げないで消費者から電話をかけるよう要請する方法に、新聞・雑誌、テレビ・ラジオ、Web サイトなどを利用する方法を追加した政令案 2 条 1 号の規定は、被害実態を踏まえた重要な規定であり賛成である。

- (1) 最近では、テレビショッピングで格安商品を宣伝し、消費者が電話で注文しようとする高額の商品の購入を勧誘するケースや、Web サイト画面で儲け話のアドバイスをすると表示してWeb 会議や動画サイトにアクセスするよう誘引し、情報商材等の勧誘を行うケースなど、不意打ち勧誘の手口が多様化している。
- (2) 最高裁平成 29 年 1 月 24 日判決は、新聞広告により不特定多数の消費者に向けて働きかけであっても、その内容が具体的で個別の消費者の意思形成に直接影響を与えることもあり得るから、消費者契約法の「勧誘」に当たらないとして一律に除外することは相当でない、と判断を示しており、理論的に見ても特定の消費者に向けたチラシの配布や電子メールの送信などに限定することは適切ではない。
- (3) 勧誘目的を告げないで営業所等に来訪を要請する訪問販売の手法についても、同様な政令改正を検討して頂きたい。

以上