

# 意見書

平成26年6月29日

経済産業省 商務情報政策局 情報経済課

「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」担当 御中

## 「電子商取引及び情報財取引等に関する準則改訂案」に対する意見

【氏名】	公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（通称 NACS） 消費者提言特別委員会
【住所】	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷一丁目17番14号 全国婦人会館2階
【電話番号】	03-6434-1125（代）
【FAX番号】	03-6434-1161
【電子メール】	advisor-consultant@nacs.or.jp

「電子商取引及び情報財取引等に関する準則改訂案」に関して、以下のとおり意見を提出します。

該当箇所	意見及び理由
<b>【1】I-1-2</b> 消費者の操作ミスによる錯誤 1. 考え方 (1) 消費者の操作ミスの救済  (2) 事業者が講じる「確認措置」	<b>【意見】</b> 論点のスタートが、事業者が「確認措置」を設けていれば、消費者に重大な過失があった場合契約成立が主張できるが、この「確認措置」とはどのようなものか、となっていますが、そのことに異議があります。  事業者の講じる「確認措置」がいかなるフォームであっても、電子商取引（B to C）が健全な取引として根付くための環境整備として、錯誤無効の特例措置（電子契約法第3条本文）は消費者にとりまして必要な確保すべき条文であると考えます。  今回の改訂案として、事業者の講じる「確認措置」の認められると思われる例と、認められない可能性がある例が提示されています。後者は論外として、前者でも見にくく、わかりにくい画面です。  最近一般的に見かける、入力画面とは別に、「最終確認画面」として申込みの内容を表示し、そこで訂正する機会を与える画面を設ける仕組みが利用しやすいのではないかと思います。  事業者の講じる「確認措置」は、高齢者をはじめインターネット通販に不慣れた消費者にも理解しやすい適切な画面設計（文字の大きさ、色、文章表現）を検討されるべきと考えます。

<p>(3) <u>確認措置が不要であるとの消費者の意思表示</u></p>	<p><b>【理由】</b></p> <p>消費者庁が6月に発表した「平成25年度消費者意識基本調査」の「消費者意識・行動の状況」によりますと、消費者はネット通販やカタログ通販など、自分の生活にあわせて自分のペースで消費行動が可能な販売形態が選択されていて、消費者がこの1年間に商品・サービスを購入・利用する際に利用したことのある販売形態（店舗除く。）は、「インターネット通販」が43.9%と最も多く、次いで「カタログ通販」37.3%、「テレビショッピング」12.7%となっています。この調査から、インターネット通販の利用者は急増中であり、当然インターネットに不慣れな消費者も利用していることが伺えます。他方、2014年版「消費者白書」によりますと、インターネット通販のトラブルなどが増えた結果、消費生活相談の総件数が約92万5000件と9年振りに増加とあります。</p> <p>B to Cの電子契約が発展性のある健全な取引として根付くための環境整備として、錯誤無効の特例措置（電子契約法第3条本文）は確保すべき条文であると考えます。</p> <p><b>【意見】</b></p> <p>論点は、消費者自らが前記「確認を求める措置」を要しない旨の意思を表明した場合には、電子契約法第3条本文の適用はなく、事業者は、民法第95条ただし書の規定により、消費者に意図しない申込みや意図と異なる内容の申込みをしたことについて重大な過失があることを主張することができる（電子契約法第3条ただし書）、となっています。</p> <p>この「意思の表明」とは、消費者がその自主的な判断により、自ら積極的に確認措置の提供が必要ではないことを事業者に明らかにするとの趣旨ですが、B to Cの電子契約が健全な取引になるかどうか危惧されるため反対です。</p> <p><b>【理由】</b></p> <p>消費者にはリスクの高い「意思の表明」であり、事業者にはかなりのメリットになる「意思の表明」と思われます。このため、事業者は顧客獲得のため、価格の割引やポイントの付与などあの手この手で営業的に「確認措置が不要」へ誘導してくるのではないかと予測されます。消費者は目先の価格割引やポイント制等の勧誘に应じやすく、公正で適切な選択ができにくい環境を与えることになってしまいます。</p>
--	--

**【2】 I-4**

**未成年者による意思表示**

1. 考え方

(1) 未成年者が法定代理人の同意を得て申込みを行った場合（民法第5条第1項）

(2) 未成年者が詐術による申込みを行った場合（民法第21条）等

**【意見】**

「考え方に」に対しては賛成です。

電子契約においては、対面取引・書面取引と比較して法定代理人の同意を確認することは容易なことではありません。事業者は法定代理人の同意確認の方法を工夫する責務があるのではないのでしょうか。例えば、事業者として特に慎重を期する場合であれば、電話・郵送等によるオンライン以外の方法によって確認をする方法を検討する必要があると考えます。

さらに事業者には画面表示に関しても検討を求めます。未成年者が自ら申込み手続きを行うときには、画面上での操作を行うのは未成年者自身ですから、法定代理人の同意を得ることが必要であるとの注意喚起を申込みステップで表示する場合には、その理解力・注意力等を考慮した適切な画面設計（文字の大きさ、色、文章表現、携帯電話の場合には画面表示が小さいことを考慮したより分かりやすいわかりやすい表示等など）を用意しておくことが必要だと考えます。

**【理由】**

「オンラインゲーム」に関する消費生活相談は近年増加傾向で、2013年度の総数は5,827件でした。このうち、未成年者に関する相談件数は、2010年度以降、毎年度約2倍のペースで増加しており、2013年度は2,439件と全体の約4割を占めています。また、未成年者の契約購入金額が高額化しており、クレジットカード決済に関する相談が多く見られます。電子契約における未成年者契約に関する対策が早急に必要です。

**【意見】**

「考え方」に対しては賛成です。

**【理由】**

（取り消すことができない（詐術に当たる）可能性のある例）として、「未成年者の場合は親権者の同意が必要である」旨、申込み画面上で明確に表示・警告したうえで、申込者に年齢又は生年月日の入力を求めているにもかかわらず、未成年者が、自己が成年になるような虚偽の年齢又は生年月日を入力した場合、とありますが、法定代理人の同意を得ることがいかに重要なことであるかを未成年の申込者が理解できる内容での注意喚起を画面に表示していくことが肝要です。

他方、（取り消すことができる（詐術に当たらない）と思われる例）として、単に「成年ですか」との問いに「はい」のボタンをクリックさせる場合と利用規約の一部に「未成年者の場合は法定代理人の同意が必要です」と記載してあ

るのみである場合、とあります。このことを事業者が十分理解し、是非実行していただきたいと思います。現に、このことで事業者の対応に苦慮する事例が消費生活相談窓口で散見しています。

以上