

令和4年12月28日

「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

【名称/ 部署名等】

[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) /
消費者提言委員会]

【住 所】 [東京都千代田区富士見 2-4-6 宝 5 号館 2 階]

【電 話 番 号】 [03-6434-1125(代表)]

【メールアドレス】 [nacs-jimukyoku@nacs.or.jp]

【該当箇所】

政省令(案)

(意見)

「特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会」が令和3年7月から開催され、令和4年10月6日に報告書が公表されました。その内容は、ほぼ消費者団体が求めてきた事項が盛り込まれ評価するものです。しかしながら、今般の「書面電子化に関する報告書に基づいた政省令(案)」については、報告書からは後退している内容も一部見られ、危惧するところです。以下、該当箇所について意見を申し上げます。

【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）

第10条1項第1号

(意見)

契約書面を電磁的方法で交付することは、例外的な対応です。特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会報告書でも、「書面での交付が原則であることの説明をすべき」とされています。契約書面は、原則は紙の書面の交付であることを明記すべきです。

(理由)

特定商取引法は、特定商取引を公正にし、消費者の被害防止を図る法律です。契約のデジタル化に異論はありませんが、消費者が事業者に巧みに電磁的方法での契約書面の

交付に誘導されることはさけるべきで、消費者被害を防止する法律が被害を拡大させることになるのでは意味がないと考えます。

【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）

10条1項第4号

（意見）

書面の電子化に関する多くの規定が検討会報告書の提言を踏まえた内容であることは評価できますが、書面の電子化が認められる消費者の電子機器について、省令10条1項4号等は、画面の最大径が5インチ以上であればよいと定めています。これは大半のスマートフォンで書面の電子化が可能になることになり、この規定に反対します。少なくとも電子機器の最大径がタブレットの標準的なサイズである10インチ以上とするよう訂正すべきと考えます。

（理由）

契約書面の電子化の導入に対しては、「手のひらサイズのスマートフォン画面では契約内容やクーリング・オフの規定を読み取ることが困難であり、気づかないうちにクーリング・オフ期間が過ぎてしまう。」という批判が消費者から多く寄せられてきました。消費者庁「契約書面等の電子化に関する検討会」では1年以上にわたって議論を重ね、通常のスマートフォンサイズの電子化は、契約内容やクーリング・オフ制度を消費者が容易に気づいて契約を解消できる機会を確保する書面交付義務の消費者保護機能を損なうものである、との提言を行っていますが、上記の省令はこれを無視することになっています。まずは、不都合やトラブルのエビデンスの積み上げが必要です。

【該当箇所】

なし

（意見）

電子メールにより書面記載事項のデータを提供する場合、報告書は、「電子メールによる提供の場合は、件名表示を、消費者にその重要性を認識できるようなものにするとともに、本文冒頭で、より詳しい注意事項を記載すべき」とする提言を行っています。しかし、政省令案にはこの点に関する規定が見当たりません。

以上の提言内容を政省令に加えるべきと考えます。

(理由)

あえて言うまでもなく、電子メールにより書面記載事項を送信する場合には、消費者の注意喚起を行うべき手段を取ることがトラブル防止のために、必要不可欠なことと思います。他のメールの中に埋もれてしまい契約書面と気づかないことのないよう、「電子メールによる提供の場合は、件名表示を、消費者にその重要性を認識できるようなものにするとともに、本文冒頭で、より詳しい注意事項を記載すべき」です。

【該当箇所】

政令

2条1号

(意見)

電話勧誘販売において勧誘目的を告げないで電話をかけさせる行為（政令2条1号）について、不特定多数に向けた新聞・雑誌、ラジオ・テレビ、ウェブページの利用による要請行為に拡大したことは、近年の消費者トラブルの実態に照らし必要不可欠の改正として賛成します。

(理由)

現在のアポイントメント型電話勧誘販売の電話をかけさせる要請手段に含まれていない手口として、①テレビショッピングで格安の眼鏡の宣伝を行い、電話をかけてこれを注文しようとする消費者に対し、高額サプリメントの購入を勧誘する手口、②販売業者のホームページの広告や不特定多数向けのSNSアカウントからのメッセージにより、テレビ電話会議に誘って情報商材の販売やマルチ商法を勧誘する手口等があります。①では特に高齢者が注文のためにかけた電話で新たな勧誘を受けたことを覚えておらずトラブルになるケースが消費生活センターに寄せられています。②では事業者が通信販売であると主張し、消費生活センターでの交渉が難しくなる案件が多数寄せられています。今回の改正で①、②の取引形態が明確に電話勧誘販売の適用対象とされたことで、これらの販売方法での消費者被害の防止に効果的であると思われます。

【該当箇所】

政令

4条3項

(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項の規定に賛成します。

(理由)

クーリング・オフの起算日である電子データの到達時期は、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期とされています。そのため、消費者が気づかないままクーリング・オフ期間が進行するのではないかとの懸念がありました。政令案4条3項は、事業者が電磁的に提供された契約データが消費者に到達していることと、電子データを支障なく閲覧できる状態にあることを電話や電子機器を通じて確認することを義務付けています。この点は、消費者が契約データの到達に気づかないうちにクーリング・オフが進行するということを防止するという点で大変重要と思われ、評価し、賛成致します。

以上。