

提出内容

受付番号： 235060024000000142
提出日時： 2022年12月28日15時38分

案件番号： 235060024
案件名： 「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）」等に関する意見募集について
所管省庁・部局名等： 消費者庁取引対策課（03-3507-9213）
意見・情報受付開始日時： 2022年11月30日17時40分
意見・情報受付締切日時： 2022年12月29日23時59分

郵便番号： 981-0933
住所： 宮城県仙台市青葉区柏木一丁目2-40
氏名： 適格消費者団体 特定非営利活動法人 消費者市民
ネットとうほく 理事長 吉岡和弘
連絡先電話番号： 022-727-9123
連絡先メールアドレス： shiminnet-tohoku@triton.ocn.ne.jp

提出意見：

1. 電子機器の画面サイズの修正を求める意見

【意見の趣旨】

書面の電子化を認め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電子化の対象となる電子計算機として認める点（省令案10条1項4号）を修正し、映像面の最大径が11インチ（タブレットサイズ）以上に限定すべきである。

【意見の理由等】

省令案10条1項4号は、閲覧するための電子機器のサイズについて「映像面の最大径をセンチメートル単位で表した数値を2.54で除して小数点以下を四捨五入した数値が5以上であるものに限る。」と記載している。1インチ2.54cmで換算し、かつ「小数点以下を四捨五入した数値が5以上」ということは4.5インチ=11.43cm以上でよいこととなり、ほとんどのスマートフォンが許容されることになる。

しかし、これでは書面の電子化を導入する改正法案に対し多数の消費者団体・相談員団体・弁護士会等が、「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」という反対意見を提出していたことを無視するものであるばかりか、消費者庁自身を取りまとめた「契約書面等の電子化に関する検討会報告書」の結論を自ら無視するものである。

消費者庁担当課は、検討会報告書の作成過程である2022年7月28日第5

提出内容

回検討会において、電子両面のサイズに関し「・・・赤字、赤枠の法定事項、法定権利に関するクーリング・オフ含めた事項に関しまして、これを一覧できる大きさということで、赤字、赤枠で表示義務のある事項を全て書きますと、大体 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）と述べており、本来、映像面の最大径は11インチ（タブレットサイズ）以上が相当と考えられていた。

また、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日附帯決議第1項及び第2項は、「消費者が承諾の意義・効果を理解した上で真意に基づく明示的な意思表示を行う場合に限定されることなど、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。これに基づいて設置された検討会報告書の結論を無視することは、参議院附帯決議の要請を無視することに等しい。

省令案8条3項は「電磁的方法により書面記載事項を提供するときは、申込書が明瞭に読むことができるように表示すること」を求めているのであり、同条項の趣旨を損なわないように、検討会報告書の提言にしたがって、スマートフォンサイズの電子機器は除外する意見の趣旨のような規定に修正すべきである。

2. 電子メールの件名・本文に注意表示を記載する修正・補足意見

【意見の趣旨】

添付ファイルを開いて内容を読もうとする行動に進むことを促すため、政省令またはガイドラインに、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。

【意見の理由等】

電子メールの添付ファイルに契約条項を記載したデータを添付して送信されても、その重要性を理解していない一般消費者は、添付ファイルを開かないままクーリング・オフ期間を経過するおそれが強い。この点を踏まえて、検討会報告書は、「電磁的方法による提供に当たっては、その提供方法に応じた形で注意事項を明示すべきであり、たとえば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ある」とした。しかし、政省令案にはこの点を明記した規定は置かれていない。

添付ファイルを開いた後の電子データの記載方法以上に、メールの件名や本文での注意喚起が重要であるから、本来は省令自体に記載事項を明記すべきである。具体的には、メールの件名表示に、契約書面に代わる契約データを送付するものであること、メール本文の冒頭に、契約書面に代わる契約データが記録されていることや、電子メールが消費者のメールサーバーに到達した目がクーリング・オフの起算日となることなどの記載事項を規定すべきである。

3. 電子機器の画面に契約条項を分かりやすく表示する具体的な提案

【意見の趣旨】

提出内容

電子データによる契約条項の提供に際しては、電子メールの添付ファイルや事業者のWebサイトに掲載する契約条項の表示方法について、例えば、スクロール操作が最小限で済むように電子画面全体を有効に利用すること、契約条項が読みやすいような活字の大きさを確保することなど、明瞭に記載されるよう表示方法をガイドライン等に具体的に規定することが必要である。

とりわけクーリング・オフ事項は、契約を特定する事項に近接して表示すること、赤字・赤枠で記載すること、他の記載部分に比べて活字のポイントを1～2段階大きくすること、クーリング・オフ通知の送信先となる事業者のメールアドレスを近接して表示することなど、消費者がクーリング・オフ制度の存在及び行使方法を容易に認識できるように明瞭に表示することを、ガイドラインに具体的に規定すべきである。

【意見の理由等】

一般に電子データによる契約条項の表示方法は、電子画面の中の一部に契約条項の小さな窓を設けて多数回のスクロールを必要とするような表示方法が少なくない。

契約書面については、現行省令5条3項及び6条6項により、8ポイント以上の活字を使用し、クーリング・オフ事項は赤字・赤枠で表示するなど、分かりやすい表示方法が省令に明記されている。これに対し改正省令案6条（旧5条）・7条（旧6条）は、申込書面・契約書面が適用対象とされており、電子データの提供の場合はこれらの記載事項に関する具体的な規定が設けられていない。

本来はこれらの事項を省令に明記することが望ましいが、仮に省令案8条3項に基づいてガイドライン等に規定するのであれば、上記のとおり消費者が容易に認識できるよう明瞭な表示方法を具体的に規定すべきである。

4. 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賛成する意見

【意見の趣旨】

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省令案10条7項を設けることに賛成する。

【意見の理由等】

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関しては、検討会報告書においても認められているものであり賛成である。ただし、概要書面交付義務に代えて電子データで提供する場合に関しては、これを閲覧していることを確認したうえで契約内容の説明を再開するよう、ガイドラインにより具体的に規定して頂きたい。

5. 電子データの到達・閲覧の確認義務規定に賛成する意見

【意見の趣旨】

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項は極めて重要な規定であり、同規定を設けることに賛成する。

【意見の理由等】

電子データの到達時期（クーリング・オフの起算目）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

提出内容

ないうちにクーリング・オフ期間が進行する。これでは、書面交付義務及びクーリング・オフ制度の消費者保護機能が損なわれる。

政令案4条3項は、事業者が、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た。この点は、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。

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. 電話勧誘販売の適用対象を拡張する規定に賛成する意見

【意見の趣旨】

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、同規定を設けることに賛成する。

【意見の理由等】

テレビショッピングで格安眼鏡を宣伝し、消費者が電話で注文しようとする高額サプリメント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表示してWeb会議・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、不意打ち勧誘の実態を踏まえて電話勧誘販売の適用対象とする規定であり、被害実態を踏まえた極めて適切な改正である。追加提案の方法は、いずれも現行の電話勧誘販売と同等の不意打ち性が認められるものであるから、これらにも規制の範囲を拡大するのが相当である。

以上