

第6回 デジタル基盤ワーキング・グループ
議事概要

1. 日時：令和4年9月30日（金）10時30分～11時59分

2. 場所：オンライン会議

3. 出席者：

（委員） 杉本純子（座長代理）、岩下直行、武井一浩
（専門委員） 住田智子、瀧俊雄、田中良弘、戸田文雄、落合孝文
（オブザーバー） デジタル庁デジタル臨時行政調査会事務局 中野企画調整官、三村参事官補佐
（事務局） 林規制改革推進室長、辻規制改革推進室次長、鈴木参事官
（ヒアリング出席者） 一般社団法人新経済連盟事務局政策部 片岡康子氏
消費者庁 真淵審議官
消費者庁 奥山取引対策課長

4. 議題：

（開会）

- ・「特定商取引法の特定継続的役務提供に係る契約前後の書面交付の電子化」について
（新経済連盟、消費者庁からのヒアリング）

（閉会）

5. 議事概要：

○鈴木参事官 事務局でございます。

それでは、定刻になりましたので、第6回「規制改革推進会議デジタル基盤ワーキング・グループ」を開催いたします。

本日は、菅原座長、夏野委員、村上専門委員は御欠席でございます。また、武井委員、スタートアップ・イノベーションWGから落合専門委員に御出席いただいております。皆様、お忙しいところ、誠にありがとうございます。

本日はオンラインで開催しておりますので、会議中は雑音が入らないよう、画面左下のマイクアイコンでミュートにさせていただきますようお願いいたします。また、御発言の際はミュートを解除して御発言いただき、御発言後は再度ミュートにさせていただきますよう、御協力をお願いいたします。

御発言いただく際は「手を挙げる」ボタンを押していただきますと、座長より順番に指名させていただきます。なお、進行時間を厳守したく存じますので、大変恐縮に存じます

が、御質問につきましては、要点を絞ってコンパクトにお願い申し上げます。

本日は菅原座長が御欠席でございますので、以降の議事進行につきましては、杉本座長代理をお願いしたく存じます。杉本座長代理、よろしくをお願いいたします。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

皆様、おはようございます。本日はどうぞよろしくをお願いいたします。

本日、座長代理として議事進行をさせていただきます杉本純子でございます。突然の座長代理の御指名でございましたので、至らない点が多々あるかと思っておりますけれども、どうぞよろしくをお願いいたします。

それでは、早速ですけれども、議事『「特定商取引法の特定継続的役務提供に係る契約前後の書面交付の電子化」について』に移ります。

消費者庁には、契約書面等の電子交付に際して、過度な制約を設けたりすることで、デジタル化によって本来享受できるはずの利便性を損なうことがないように取組を進めていただきたいと思います。

まず、新経済連盟より、事前に御提出いただいた資料を基に御説明を頂戴したいと思います。恐れ入りますが、時間が限られておりますので、10分程度で要点を絞った御説明をお願いいたします。それでは、お願いいたします。

○新経済連盟（片岡様） 新経済連盟の片岡です。本日はお呼びいただき、ありがとうございます。

それでは、資料に沿って説明をしたいと思います。資料は自分で映すスタイルでよろしいですか。

○事務局 事務局でございます。

資料につきましては、事務局のほうでも準備できておりますので、新経済連盟さんのほうで映したいということであれば映していただけますし、もし事務局のほうで操作してほしいということでありましたら、こちらのほうで操作させていただきます。

○新経済連盟（片岡様） では、お願いしてよろしいですか。

○事務局 承知いたしました。では、画面の共有をさせていただきます。

○新経済連盟（片岡様） はい、では資料1-1の2ページ目をお願いいたします。

新経済連盟は、これまでも特定商取引法の電子交付、書面交付の電子化について、特に念頭に置いていたのが、オンラインで完結する取引、これは申込みや締結段階を想定していますけれども、オンライン完結型の取引の電子化に関する要望をこれまでも行ってきました。

念頭に置いておりますのが、今まで説明を何度かしておりますとおり、特定継続役務提供、特に学習塾であったり語学レッスンであったり、そういったものを想定しております。特にコロナ禍を経たことによって、今までよりもますますオンライン完結型、あるいはオンラインとオフラインを組み合わせたようなサービスというのが盛んになってきているということがありまして、そう考えたときに、今の書面交付は、実は郵送が認められている

わけなのですけれども、その郵送すべきところを電子化することで、消費者にとっても事業者にとってもメリットがあるということがございまして、要望してまいりました。

今回の要望、御説明の中身につきましては、今年7月に消費者庁から報告書のイメージという案が出されてございまして、それを見て懸念を抱いたために、意見書を先日提出したところです。

次のページをお願いします。

時間が限られておりますので、かいつまんでお話ししたいと思いますが、基本的にお願ひしたいというか要望したいと思っているのは、オンライン完結型の取引をしようとする消費者というのは、デジタルに慣れ親しんでいる方を想定してございまして、その方々が電子交付の利便性をしっかり享受できるようにというところをお願いしたいと思っています。

特にオンライン完結型の契約申込みや締結、要するにウェブサイト、スマートフォンであつたりパソコンだつたりいろいろあると思うのですけれども、デジタルで、オンラインで取引に入ってきた消費者が、自分の自然な行動として電子交付を望みたいと思ったときに、そこに過度なハードルを設けたり余計な負担を強いたりしてしまうと、その消費者にとってはデジタルが好きなわけですので非常に面倒なことになってしまう。これは本来の姿とは違ふだろうと思っています。

それから、今までの議論を聞いていますと、どうも万人にとって、全ての人にとって紙のほうが消費者保護に資するのだというような思い込みがあるのではないかという気もしてございまして、ただ一方で、紙には紙の良さが、デジタルにはデジタルの良があるわけございまして、デジタルならではのメリットをいかに生かすかとか、デジタルに慣れ親しんだ人にどうスムーズに内容を理解して契約してもらうかということを考えるなら分かるのですが、どうもいかに電子交付を難しくするかという方向に話が行っているような気がしてございまして、そこは是非、デジタルに親しんだ人がスムーズに契約できるようにという観点を失わないでいただきたいと思っております。

次のページをお願いいたします。

ここからは、報告書のイメージを読んで思ったところを御説明したいと思います。

まず、事業者の禁止行為の1つとして、電子交付と紙の交付がある場合に、電子交付をした場合に、何か財産的な利益を提供してはいけないというもの。例えばクレジットカードの明細などでも、電子交付の場合にはポイントが付与されますといったようなサービスを行っている場合があつたりするので、そういうことはできないということ。

それから、書面での交付に対して不利益を与えること。これは、ここには財産的なのというのが書いていないので、いろいろな不利益を想定しているのかなと思つたのですけれども、意見として書いてるように、やはり紙を郵送するというのは必ず実費がかかる、コストがかかるものでして、その実費を追加で請求してはいけないということなのであれば理解はするのですけれども、両方の選択肢があつて、片方に薄謝というか、こちらを選んでもくれればコストが下がるので、そこに対して何かしらの利益を提供するというのは非常

に合理的なことではありますので、それを禁止してしまうというのはどうかと思っております。

それから、どうしても電子交付のほうが早くて便利な部分がありますので、例えば語学教室を想定すると、電子交付であればその場で申込みが終わりますし、契約締結も終わりますので、そこからレッスンの予約が早速できるというようなことがあるわけですがけれども、書面の場合は届くのを待たなくてははいけない。特定継続的役務提供に至っては2回書面交付が必要になりますので、そこを待たなければいけない、そこによって生じる不利益というのは必ずありますので、あらゆる不利益を禁止してしまうと不都合が生じるなど思っております。

次、お願いいたします。

それから、電子交付の承諾取得の方法というのも議論されていたのですがけれども、まず電子交付の承諾取得が、電子交付をするわけですからオンラインのはずなのではけれども、オンラインで承諾を取得するのにまずハードルがあるということになっています。我々が念頭に置いているのは語学教室だったりするのですがけれども、語学教室というのは、最近、オンラインのレッスンとオフラインのレッスンを組み合わせて、消費者が自分のニーズに合わせて、その時々で予約を変えられる、ある日は教室に行ってやろうと思ったり、ある日はオンラインでやろうと思ったり、そういう選択ができるというのがあるわけなのですが、そうした場合に、役務提供が必ずしもオンラインだけとは限らない場合もあります。でも、そのような場合にウェブから申し込もうとしているのに、あなたは教室でも受講したいと言っているから郵送しか認めませんということになってしまうと、それはかなりおかしなことになりますし、紙で承諾しないと駄目ですとなるのは、かなり利便性が損なわれると思っております。

次、お願いいたします。

それから、電子交付の承諾取得の方法なのでありますが、デジタルに親しんでいる者からすると、ここに示しているような、チェックボックスで両方選択肢があり、好きなほうを選んでくださいということで、明示的にチェックをさせるという方法が一番分かりやすいのではないかと考えているのですが、この方法について、チェックボックスは簡単だから駄目と書かれております。自筆署名や重要事項を理解の上、必要事項を入力するというので、何かしらをテキストで入力することを求められているのかなと思うのですがけれども、そうすると、デジタルに親しんでいる者としては非常に分かりにくいですし、面倒です。例えばテキストなどだと、想定していないものを入力してしまった場合には、またやり取りがそこで発生するわけですし、これもかなり利便性が損なわれるなど思っております。

次、お願いいたします。

それから、消費者がデジタルを前提として取引に入ってきたかということに気がしたほうが良いということは理解するのですが、なぜかその確認方法が、消費者が持っている機器の大きさという観点に行ってしまうものがあります。電子での書面交付というと、

想定されるのはPDFといった電子ファイルでの交付あるいは電子メールのテキストに書く、あるいはウェブサイト上でクリックしてダウンロードしてもらう、あるいはクリックして印刷してもらうといったことが、他の業態、この特商法以外の業態ではよく見られることです。そういったものを想定しているわけなのですけれども、報告書イメージでは、消費者側が待っている機器が書面並みの一覧性がある必要があるということが書かれています。ただ、電子ファイルのいいところは、自分の持っている機器や自分の好みによって大きさを変えたり、あるいはそれをプリントアウトしたり、自分の好きなようにいろいろな形で表示できるというのが強みでありますので、それを機器の大きさに判断するというのはいささかおかしいのではないかと考えております。

ちゃんと見える形で視認性ということを考えるのであれば、例えば文字が拡大できないPDFは駄目とか、そういったことなら分かるのですけれども、機器の大きさに判断してほしくないなというところがございます。

次、お願いいたします。

電子交付の提供の手段なのですけれども、改ざん防止措置を講じるべきではないかという話が出ています。これは、紙の場合は、紙に印刷されたものを渡すわけですので、その紙を改ざんすることはできないけれども、電子の場合にはどうするのかという観点があるのだと思います。電子の場合は、事業者から交付された電子ファイルを消費者側の機器で保存するということによって、さすがに事業者が消費者側の機器に取りに行行って改ざんするということはできませんので、それで十分なのではないかと考えているのですが、議論の中では、事業者側ではなく消費者側において何らかの編集パスワードなどを付した形で、そのファイルを添付してメールで送り返せみたいなのが話されております。これは通常のデジタルに親しんでいる者の感覚からすると、非常に複雑でハードルが高い。正直言ってかなり面倒ということになってしまいます。ですので、ここも自然な方法で、自分の機器に保存するという形で済ませていただきたいと思います。

次、お願いします。

それから、最後に第三者の関与についてというのを挙げています。

いろいろなトラブルがある場合に、第三者が関与したほうがいいということは理解するのですが、やはりこれもデジタルに慣れ親しんだ者がオンラインで申し込みをしようとしていることを想定した場合に、事業者に、この人にも送ってくださいというメールアドレスを提供して事業者から送らせるということが、果たして義務付けするほどのことなのかというのがあります。

自分が取得した電子交付されたものを、メールアドレスを知っているわけですから、それを転送するというのも可能ですし、もし、間違えてメールアドレスを教えてしまった場合には、事業者から知らない人にメールが行ったりして、そこでまた事業者と新たな消費者トラブルが発生してしまうかもしれませんので、ここについては趣旨は理解しますが、事業者にそれを義務付けるというのはやめるべきなのではないかと考えております。

す。

細かい説明は以上ですが、とにかく、普通にオンラインで取引に入ってきた消費者のことを忘れないで設計をしていただきたいという意見でございます。

以上です。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

それでは、続きまして、消費者庁より、あらかじめ提示した論点について、10分程度で御説明をお願いいたします。恐れ入りますが、時間が限られておりますので、要点を絞った御説明をお願いいたします。

○消費者庁（真淵審議官） 消費者庁で審議官をしております真淵と申します。

この度は御説明の機会をいただきまして、ありがとうございます。

我々のほうで開いております、検討会の7月の会合の資料である報告書のイメージについて、事前に御質問いただいておりますので、この場で御回答させていただければと思っております。

この電子化の経緯を若干補足させていただきますと、特商法は、訪問販売などの消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象にしまして、事業者を守っていただくべきルールを規定しております。通信販売を除いて、契約書面などの送付を義務付けることによって消費者保護を図っておりますけれども、一昨年行われた第3回成長戦略ワーキング・グループにおきまして、特定継続的役務提供につきまして、契約書面等の交付に関する電子化の御要望をいただいております。その後、内部での検討と、国会での御審議を経て、昨年6月に特商法の改正を行いました。

この改正においては、御要望いただいた特定継続的役務提供のみならず、訪問販売なども含め、書面交付義務のある全ての取引類型を電子化の対象として、御要望よりも範囲を拡充してデジタル化を推進するものとなっております。

今後、この検討会の報告書を取りまとめて公表いたしまして、その後、政省令の準備を進めまして、遅くとも来年6月までに改正法を施行すべく準備を今後進めていくということになります。

それでは、いただいた御質問に対する回答ということですが、論点①で1つ目の御質問であります。これにつきましては契約締結に至る態様に応じてなされるものと考えられますので、対面での説明が必ずしも求められるものではないと考えております。

2つ目の質問についてですけれども、これは電磁的方法による提供の選択に関する事業者の禁止行為については、施行規則などで措置する予定でおります。

続いて、論点②ですけれども、その中の1つ目の御質問である「承諾取得が電磁的方法で完結可能な範囲」につきまして、この報告書におけるオンライン完結型という言葉を使っていますけれども、それは契約の申込みがオンラインで行われ、かつ、役務の提供がオンラインで行われるものを内容とする場合を指しております。契約の申込みから役務の提供段階も含めてオンラインで行われる場合には、消費者がデジタル技術に通暁しているこ

とが通常想定されますし、役務提供の実際の現場や内容を確認する必要がないと考えられるため、このような整理をしております。

したがって、契約の申込みから役務の提供までオンラインで完結する特定継続的役務提供取引において、電磁的方法での承諾取得は認められるということになりますけれども、他方、契約申込みから締結までオンラインで完結しても、役務提供がオフラインで行われる、現場に行ってサービスを受けるというような場合には、消費者がデジタル技術に通暁しているとは必ずしも限らず、かつ、役務提供の実際の現場や内容を直接確認する必要があるということで「承諾取得が電磁的方法で完結可能な範囲」には含まれないという整理をしています。

「不意打ち性」とか「利益誘引性」「対面勧誘性」が出ておりますけれども、これは取引類型による真意性への影響の有無を整理するに当たっての判断基準でありまして「承諾取得が電磁的方法で完結可能な範囲」を画するための基準ではないということは御理解いただければと思います。

続いて、論点③の（１）の中の１つ目の御質問ですけれども、財産的な利益の提供の禁止ですが、これは消費者が消費者保護のために与えられている法的権利についての告知を受けるために必要なものについて、書面とするか電磁的記録にするかの選択においては、消費者の自発的な選択以外の要因によって結果が影響されてはならないという考え方に基づいております。消費者保護を犠牲にして財産的利益を選択するような事態を回避するという観点から、電磁的方法による提供に対して財産的利益の提供を禁止してはどうかということになっています。

２つ目の御質問、不利益を与えることの禁止についてですけれども、手法の選択によって当然生じると考えられる不利益、例えば電磁的提供に要する時間に比べて、書面の郵送に要する時間が長いといったのは、対象となる不利益には当たらないと考えているところでございます。

（２）ですけれども、御質問いただいた承諾取得の方法につきましては、明示的な承諾である必要があること、あと、事業者側に消費者が求めるということから、証拠に残る方法によることが求められております。そのためチェックボックスなどの簡便な方法は避けるべきだというような形での議論がなされております。

例えばクレジットカードの決済などの現場でも、チェックボックスは通常利用されておらず、暗証番号や自筆署名の入力などが求められているということで、本人の明示的な承諾を取得する手段として、このような方法をとるということは特異ではないのではないかと考えております。

続いて（３）です。

そのうちの１つ目の御質問ですけれども、特定商取引法の取引類型のうち、消費者がオンラインでのやり取りを前提としてオンライン取引に入ってきた場合というものが、通信販売であればある程度納得できるのかなと考えますけれども、書面電子化の対象としてい

る訪問販売等においてはオンラインでのやり取りというのは通常は前提とはならないものと考えております。消費者が必ずしも本意ではなく、かつ、適合性もないのに電子交付を選択するよう、悪質事業者に丸め込まれたりするような事態も十分想定されるということです。消費者がデジタル技術に通暁しているか否かにかかわらず、消費者の適合性は改めて確認する必要があると考えております。

2つ目の御質問ですけれども、消費者の適合性の確認は、例えば目的とするサイトにアクセスして情報を正確に入力をする、あるいはメールで事業者とやり取りするなどといった消費者による操作と、その際に事業者側で取得される情報などによって行われるものと考えております。

2つ目の御質問ですけれども、消費者の適合性の確認は、例えば目的とする入力をする、あるいはメールで事業者とやり取りするなどといった消費者による操作と、その際に事業者側で取得される情報などによって行われるものと考えております。

3つ目の御質問ですけれども、保有機器の画面サイズの下限に関しましては、法定事項の消費者への伝達において、いかなる大きさであれば伝達効果を得られるのか、報告書の結論を踏まえて、今後デジタル庁とも相談した上で決定していきたいと考えております。

一般的には、一行ごとに左右にスクロールして、さらに上下にもスクロールを求められるなど、あまりにもスクロールの手間が煩雑であると読まれなくなってしまうおそれがありますので、こういった点を考慮していきたいと思っております。

続いて、論点③の（4）です。

この報告書上の御指摘の箇所、改ざん防止策の例として挙げているのは、編集パスワードでございまして、内容を暗号化する読み取りパスワードではございません。そのため、セキュリティ面での不利益につながるものではないと考えております。

また、この操作に関しては、契約書面と同等の完全性を実現したい場合の一案として示していますので、義務という形ではないということは御理解いただければと思います。

最後、（5）ですけれども、御質問いただいた点に関しては、特商法改正の際に参議院の附帯決議がございまして、どういうものかということ、高齢者などが事業者に言われるままに本意ではない承諾をしてしまうことがないよう、家族や第三者の関与なども検討することという附帯決議がございまして、これを検討した結果、消費者自身ではなく、事業者が第三者に写しを提供することという結論となっているものでございます。

契約者本人以外の関与を求める内容としては、高齢者の方の人権を制限するようなことのない実現性の高いものと考えておりまして、第三者に関する指名や情報提供は、契約者本人において行うこととしています。

取りあえず、私からの説明は以上でございまして。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

それでは、ただいまの御説明につきまして、御意見、御質問等がございましたらお願いいたします。なお、質疑応答に当たりましては、デジタル臨時行政調査会事務局にもオブ

ザーバーとして参加していただいております。それでは、お願いいたします。

では、岩下委員、よろしく申し上げます。

○岩下委員 どうもありがとうございます。また、御参加の新経連の方、消費者庁の方には、大変丁寧な御説明をありがとうございました。

実は私、今回の議論のスタートとなった、もう2年も前になりますが、令和2年11月9日に行われた本規制改革推進会議の第3回成長戦略ワーキング・グループに参加して、2度ほど発言をさせていただいております。そもそものスタートとして何だったのかということについて、これまでの御発言の中ではありませんでしたので、事の経緯を知っている立場から申し上げます。

令和2年、2020年ですので、まだコロナに対する世の中の不安が非常に高い時期でした。できることなら一歩も外に出たくないという人たちが非常に多かった時期だと思います。第3波とか、その辺のものが割と猛威を振るっていた時期です。

このときに何が起こったかということ、リモートで、自宅でヨガ教室とか英会話教室に参加する人が非常に増えました。コロナで外へ出られませんから、自宅でそういう様々な学習をしたいという意欲を持つ方が多かったわけで、これは非常に良いことだと思います。ところが、残念ながら特商法の関係で、リモートで、リモートヨガとかリモート英会話の申請をしても、結局書面を出さなくてはいけないということがあって、全然リモート完結ではないではないかということが、実際のヨガの講師の方とか、そういう方々から大変御不満があったのです。

確かに世の中がリモートを要請されている時期に、法律がリモートではないものを要請している。それは、普段の何もない状況であれば、別に紙を書いて署名をするでも全然いいと思いますけれども、まさにコロナでこれから人とできる限り接しないようにしてくださいと政府が皆さんにお願いしている状況で、一方の政府の規制が書面を要請すると。郵送という手もあったと思いますけれども、わざわざ行って、署名をしてもらいたいことになる、そこで新たな接触が生まれるわけで、それは何とかならないかということ、2年前にこの問題提起があって、これを何とか検討していただけるようにと。

かつ、これは、私はどうも、本当にそれが必要なのかよく分からないのですけれども、法律で明確に書面と対面というか文書を書き分けているから、電子的な文書は、この中で言う文書に当たらないのであるという解釈の下に法律改正が必要だというお話になったので、これで国会の審議という話になるのだと思うのですけれども。しかも、これから法案を提出するというので、もうコロナ終わっちゃいますよという話になっているので、これで、全体として国民の健康・安全を守るという視点から、かつ、そういう中で経済を回していくという視点から、規制当局に要請されている対応としていかなものかということ全体としては非常に感じます。

感じますが、取りあえず今回のことは、またどこで感染症が起こって同じような状況にならないとも限りませんし、世の中全体がデジタル化という大きな流れの中で、どんどん

書面からデジタルへということに関わっていくというプロセスを経ているわけです。全体としては、改善であろうということから、今回の消費者庁さんが開催された、特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会の議事録や報告書のイメージなども拝見させていただいたのですが、率直に申し上げて、この検討会に参加されている方々、私は何人か存じ上げておりますが、すごくデジタル化に反対の人たちですよ。デジタル化というものがすごく悪いことだと考えている人たちであるように私は感じました。

本人はそうはおっしゃらないですけれども、とにかくデジタル化すると何をするか分からないから、できる限り紙のまま、今のままの状態を保ちたいと。書面を自宅に郵送すべきであると。対面で署名をするべきであるということや常日頃から主張されている方でありまして、別にそれはそれで1つの信念としてそれはおっしゃるのはいいのですが、なぜこの委員の中に、是非デジタル化をもっと推進するべきだというような、経団連の方が1人参加されていて、その方は比較的それに近いことをおっしゃっておられましたが、それ以外の方々は、とにかく紙大好きの人たちばかりなので、そうすると必然的に報告書の意見も偏るということになると思います。

私自身は、紙であれ電子であれ、とにかく消費者を保護するという法律の目的のために有効であることが大事であって、そのときに様々なタイプの消費者と事業者がいるわけですから、一元的に紙で、署名でということや要請することが必ずしもいいとは限りません。

先ほどのコロナの中のヨガの事例などは、明らかに消費者や事業者に対してマイナスのインパクトを与えていたのは明らかでありまして、そういう意味からも、紙でなければいけないのだという立派な信念をお持ちの方は、それを貫いていただいて結構なのですが、世の中全体は今デジタルに向かっていきますし、紙でなければ駄目だという様々な世の中の仕組みというものがどんどん変わっている中で、昔ながらの常識をそのまま適用して、昔の感覚でやられている方々を中心に、これを権威付けするというのは僕はいかなものかと思います。

その上で、デジタル化をなぜ、今回の論点に即して言うと、デジタル化すると悪いことをするかもしれないじゃないとか、チェックボックスは駄目だとか、先ほどの消費者庁さんの話を聞いていると、デジタル化というものが、事業者にとってすごくデジタル化に引き込むとか、押し付けるという言葉があったのですが、別にそうではなくて、事業者も消費者も、デジタル化のほうが便利になるからデジタル化を進めているというのが今の世の中の実態であって、そのほうがいいとおっしゃる消費者の方々もたくさんいるのです。

その一方で、そのデジタルの下での消費者のだまし方と、紙の下での消費者のだまし方というのはどちらもあるので、それぞれにちゃんと有効な対策を講じればいいのであって、別に紙だったら消費者がだまされないなんてことはないわけですよ。これまでさんざん紙の下でも消費者被害が出てきているわけですから。そう考えると、デジタルを止めたいという信念を変に発揮しないでいただきたいのです。

デジタルは、きちんとデジタル化を進めた上で、その上でどうやって対策を講じるかということなのであって、第三者の送信などという話も、紙でも何でも全てそれを要請しているのですか。確かに高齢者が変な契約を結ばされてしまったという話はいっぱいありますよね。家に不要な工事をいっぱいされたみたいな話、被害者になったみたいなことは。そういうときに第三者は必要とされていましてかという話を考えると、紙のときには要請しなかったことをデジタルのときに要請するのは何か変ですよ。では、紙でも要請するようにするのですかということで、それはデジタルだから、それを許してやる代わりに追加の要請をかけるというのは、何か理屈が通っていない感じがするのです。

そういう意味で、私自身は、この報告書の出している方向というのは、少なくとも、本来、2年前の規制改革推進会議の中で要請されたものから相当後退していると思いますし、そもそも先ほど消費者庁さんの御発言は非常に聞きにくかったです。消費者庁さんのところのパソコンが多分古いのだと思います。結果として、音声のエンコーディングがうまくいってなくて音が非常に途切れ途切れになっていましたが、消費者庁さん御自身も是非デジタルに詳しくなっていて、こういう問題が起きないようにしていただきたいと思います。

私からは以上です。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

ただいまの御意見かと思えますけれども、それに対して消費者庁さん、何か御説明、御意見等はございますでしょうか。

○消費者庁（奥山課長） 消費者庁でございます。御意見、ありがとうございます。

議論のものすごく前提のところが多分抜けているのだろーと思います。それをまず申し上げます。

今回、議論の俎上に上がっておる特定商取引法が何を対象にしておるのかと、そこでございます。普通の通信販売みたいなものを皆さん想像して、何か不当な、面倒くさいことを義務付けておるように思っているかもしれないけれども、そもそも対象になっておる取引が、まず、買おうとしていないのに買わせるような訪問販売とか電話勧誘、家にかかってくる電話、それから、訪問購入、押買です。それから、さらにはマルチ、連鎖販売、それから、内職商法とか、最近ですと副業ビジネスと言われる業務提供誘引販売。それから、オンライン英会話とヨガとおっしゃっていましたが、まず、ヨガは対象外です。議論の対象ではありません。

それから、オンライン英会話。普通の、オンライン英会話は対象になっていません。いわゆる月謝制とか1回幾らとか、1か月、2か月単位の契約できちんと完結して、やめるならやめられるような契約は対象ではないのです。消費者にリスクを負わせる取引、例えばオンライン英会話ですと、1年分先払い50万円とか、100回分のチケットを買ってくださいというような、消費者にリスクを負わせるような取引の場合に、一定程度契約内容をしっかり書面で交付したり、それから、クーリングオフといった法的な権利を与えるような

法律ですので、それをしっかりと消費者に知らせるという趣旨で、書面交付をしている。

先ほど、第三者への交付、意味がないとおっしゃっていた御指摘もありましたけれども、これは、紙というのは誰でも目に触れると。いわゆるデバイスの場合は、かなりパーソナルなものになりますので、本人がパスワードを入れないと少なくとも見えないと。ですので、お年寄りが変なものを買わされてしまうというようなものを想定しますと、お年寄りがデバイスを満足に使用できない場合は、誰も見つける手だてがなくなってしまうというようなところがありますので、何らかの形で第三者にも気付きのチャンスを与えることが必要だろうという趣旨で入っている議論かと理解しております。

そのように、消費者にまずリスクを負わせる、しかも、大体の場面はオンラインというよりは勧誘が挟まるのがほぼ全てだと御理解いただければと思います。勧誘されないと、自発的に申し込みに行こうとなかなか思わないタイプの契約に関して、強い勧誘を受けて、しようがないと押し切られて契約するような場面で、デバイスがちゃんと使えないような人に、電子で交付したからもうこれでいいのだと。あとは、証拠となる書面が消費者の手元に残らない形で泣き寝入りしかなくなってしまうような、そういうことを防ぎたいという観点から御議論をいただいたところです。

それから、デジタルに詳しい方も今回は議論に入っていただいていますし、さらには業界団体は、経団連のほかにも入っていただいていた議論したところでございます。

これでお返事に大体なっていますでしょうかね。

○岩下委員 岩下です。

今のは非常に遺憾なのですが、令和2年11月9日の成長戦略ワーキング・グループの席上で、まさに問題であると指摘された方は、オンラインの英会話教室をされている方で、この方がやはり特商法に基づく書面交付が必要なので事務が大変であると。利用者も事業者も大変であるということを訴えておられたわけです。我々はそれを事実として、法文等も確認しましたが、確かにそうなのだろうと。また、消費者庁の方々もその場に出られましたが、それは必要であるということをおっしゃっておられたのですが、今の説明は、あたかもオンライン英会話は関係ないとおっしゃったのですけれども、平成2年11月の会議に出られた方々はみんな事実誤認していたということですか。

○消費者庁（奥山課長） オンライン英会話も、対象になるものとならないものがございます。月謝制、1か月単位でお金を払う、それから、1回いくらのような、そんな長期にわたらない契約で完結するようなものであれば、これは何の義務もかかっておりません。

○岩下委員 その場に出られた方は、Langooという会社の荒木さんという方が御説明されましたし、そのときの状況説明も詳しく説明しておりますけれども、先ほどからのお話を聞いていると、このLangooという会社は、消費者に要らないものを押し付けて売る大変けしからん会社だということになりますか。規制改革推進会議の第3回のワーキング・グループに出させていただいて、丁寧に対応していただいた方が、そういう方だと私は認識していないのです。

○消費者庁（奥山課長） 少なくとも特商法の規制を問題にするのであれば、長期の契約を一括でさせる、長期の債務を消費者に負わせるタイプの契約でなければ該当はしませんので、その前提だと思えますし、その会社は既にオンライン英会話の事業はやめていらっしやると理解しております。

○岩下委員 ということは、既にあるのですね。オンライン英会話というもののビジネス自体は、もうこういうことがあるので、もうけしからんからやめになったということなのですか。

○消費者庁（奥山課長） 普通に、特商法がかからない形でもビジネスはいくらでもできたのですけれども、そもそもその部門ももう持っていらっしやらないと理解しております。そこは撤退されたと。

○岩下委員 分かりました。この会社はもう関係ないということで了解しましたが、基本的に成長戦略ワーキング・グループの中で指摘されたものの中で、今のお話だと、特商法がかかるのは悪徳商法だけだという議論になっているのは、それは本当なのですか。

私はよく分からないのですが、一括で契約する会話であるとか何とかというのは、いまだに存在しますよね。そんなに悪徳なのかというのは、そういう目で御覧になるのはいいのですけれども、大丈夫なのですか。特商法に引っかかるような会社は押売ばかりであると聞こえましたけれども、特商法にかかる会社でまともな会社は私は存在すると思えますけれども。

○消費者庁（奥山課長） 特商法は、いろいろなビジネスを対象にしていまして、例えば通信販売なども全部かかっているのですけれども、ただ、通信販売に関しては、この書面交付義務がないものですから、当然規制の軽重がありまして、ですので、もちろんいい業者さんもいらっしやいます。訪問販売も老舗と呼ばれる会社さんもいらっしやいます。

○岩下委員 いや、私の質問は、今、特商法で書面交付義務がある会社は全てマルチであるとか、あるいは押売とか押買という類型を、先ほど消費者庁さんはお述べになりましたけれども、本当にそれだけに限定されると思っていいのですか。

それ以外で、特商法で書面交付義務がある会社が存在しないのであれば、そもそも、新経連さんも含めて、そもそも論点が外れている感じがしますけれども、本当にそうなのですか。

○消費者庁（奥山課長） それは法律の要件としてそうっておりますので。

○岩下委員 押売、押買及び長期の英会話。長期の英会話というのは押売に当たるのですか。

○消費者庁（奥山課長） いえ、長期で、効果が最初からは見えないようなものを特定継続的役務提供と分類しておりまして、それにオンライン英会話とか学習塾とか、あとはエステ、そういうものが限定列举されておりまして、その関係でヨガが入らないのです。限定列举にないと。

○岩下委員 ヨガというのは、そのとき河野大臣がおっしゃった事例ですので、そのとき

の河野大臣が誤解されていたのかもしれませんが、でも、今おっしゃったことが、業界が全て押売、押買、マルチに該当するようには私には思えませんけれども、消費者庁さんの目線から見ると、もうそういう分類してしまっているのですか。

○消費者庁（奥山課長） そういう消費者がリスクに陥りやすい。

○岩下委員 陥りやすいというものと、マルチだ押売だというのはかなり違いますよね。まともな産業、まともな業者さんもいらっしゃるのではないのですか。こんなものにかかるやつらはけしからんやつらだとおっしゃいましたけれども、本当にそんなことを公式の場で言ってしまっているのですか。消費者庁さんは、業界に対してそういう責任を持たないし、何を言っても構わないという立場だったらいいけれども、一応政府の一員でしょう。本当にそんなこと言えるのですか。私、絶対言えないと思いますよ。

○消費者庁（奥山課長） 消費者被害が生じやすい取引類型であるというのは、法律のコンメンタールにもある表現です。

○岩下委員 むしろ、そうですよ。

でも、そうじゃなくて、あなたは、消費者被害が生じやすいと言ったのではなくて、押売、押買、マルチのようなけしからんやつらだとおっしゃったのでしょうか。その発言は否定しますか。

○消費者庁（奥山課長） けしからんとは申し上げておりません。

○岩下委員 けしからんと言っていないと。でも、押売、押買、マルチだというのは否定しないのですね。

○消費者庁（奥山課長） はい。それは明らかに含まれますし。

○岩下委員 いや、押売、押買、マルチが含まれるではなくて、あなたはみんな押売、押買、マルチだと言ったのです。

○消費者庁（奥山課長） いや、みんなとは申し上げておりません。

○岩下委員 では、そうじゃない業界が含まれるのだったら、そもそも押売、押買、マルチだから厳しくしていいというロジックは成り立たないじゃないですか。押売、押買、マルチだというからけしからんのだということなのでしょう。だから、こういう義務をやるべきだよと。そもそも議論の出発点は、押売、押買、マルチを排斥するためにやっているんだとあなたは主張したのだけれども、実態が本当にそうなのであれば、我々はそうすかと言って引き下がりますが、もしそうではない事例が1個でも出てきたら、それは許されませんよ。今の議論は。本当に、あなたはそんなことを言って、押売、押買、マルチだというように、この特商法で書面を提出する人全部を一括してそうやって、けしからん業界だとおっしゃるわけですね。

○消費者庁（奥山課長） 繰り返しますけれども、けしからんとは決して申し上げておりませんし、押売、押買、マルチ、これが含まれる取引形態を特定商取引と呼んで、それに伴う消費者被害を。

○岩下委員 では、部分集合であると。では、押売、押買、マルチの人じゃない人も存在

するのですね。

○消費者庁（奥山課長） それはもちろんです。マルチも含まれる。

○岩下委員 もちろん存在するのだったら、そもそも押売、押買、マルチのようなけしからんやつらにこれを要請しているんだという論旨でおっしゃったでしょう。そもそも、出発点が、押売、押買、マルチがけしからんから、こういうことやっているの、あんたら何言っているんだよと言ったわけだけれども、そうじゃないでしょう。そうじゃない業界もあるでしょう。

○消費者庁（奥山課長） それも含めて消費者被害を防止する必要があるということでございます。

○岩下委員 講じる必要があるかどうかは、これから我々が議論しますよ。だから、それは、あなた方が押売、押買、マルチだというレッテル張りをするから、以下の議論は成り立たなくなるのでしょうか。でも、そのレッテル張りは間違っているのではないかとっています。押売、押買、マルチなんですか。じゃないのですか。

○消費者庁（奥山課長） それの被害を防止するためです。

○岩下委員 押売、押買、マルチの被害を防止したいという気持ちはよく分かります。私も押売、押買、マルチは大嫌いですから。でも、押売、押買、マルチしか入らないわけじゃないのでしょうか。

○消費者庁（奥山課長） 他の取引類型も入っておりますけれども。

○岩下委員 入っているわけですね。

○消費者庁（奥山課長） はい。

○岩下委員 だとしたら、押売、押買、マルチだという出発点はやめていただけませんか。そうじゃないと議論が混乱します。

○消費者庁（奥山課長） ただし、いずれも消費者を一定程度リスクに置くという意味では。

○岩下委員 どんな消費者取引をしたって消費者はリスクがありますよ。消費者に一切のリスクがない消費者取引なんかあるのですか。

○消費者庁（奥山課長） それはおっしゃるとおりです。ただ、そうした取引類型に特定して対策を考える立てつけの法律です。

○岩下委員 だから、あなた方は限定列挙したものに対応するというだけでしょ。限定列挙したものの中に、押売、押買、マルチがあるからといって、それ以外のもの全て押売、押買、マルチと同じ性格を持っているということは何の保証にもならないですよ。

○消費者庁（奥山課長） ただ、他も、電話勧誘販売とか、それから、いわゆる副業ビジネスというような情報商材を。

○岩下委員 どちらも僕は嫌いなんです。電話も出ませんし、副業は大嫌いなんです。

○消費者庁（奥山課長） 特定のものだけでございます。

○岩下委員 本当、だけなんですね。英会話はどこに行ったのかなと思いますけど。

○消費者庁（奥山課長） 英会話は長期の継続の。

○岩下委員 だから、いろいろなものが入ってくるので。実は。もういいですけども、だから、要するに、すごく悪いものについてやっているんだということを主張したいのだと思いますけれども、少なくとも今回の議論の中にはそうではないものも入っていて、そうではない人が苦勞しているという事実があるので、それを何とかするべきではないかという議論を始めたのであって、押売、押買、マルチ自体は、そもそも可能であれば法律で全部禁止してしまうほうがいいと僕はいいと思うのですけれども、多分可能ではないので、そういうことが残念ながら発生してしまっている以上、それに対して厳格に当たるのは、それは是非消費者庁さんがやってくださいよ。だけれども、それと書面、デジタルの話は違うでしょう。

すみません。長くなりました。私はこれで口をつぐみます。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

たくさん御質問が上がっておりますけれども、例えば今のやり取りに関しまして、恐らく新経済連盟さんが手を挙げてくださったのは、そのやり取りをお聞きしてかと思えますけれども、ここで簡潔に何か御意見あるいは反論等がございましたら、少しお願いできるとありがたいです。

○新経済連盟（片岡様） 補足をしますと、語学教室とか学習塾とかの特定継続的役務提供に当たるものは、契約金額が5万円を超えるもので、契約期間が2月を超えるものとなっておりますので、英会話とか学習塾というのは1年間のプランでゴールを定めて、そこまでにステップアップしてきましょうという、プランを立ててやることで成果を上げていくというものがあるのですけれども、この書面規制がある関係で、単発でしかできないというようなやり方をしているところもあると思います。

こういったオンラインでもできる、オンラインレッスンとかあるいはオンラインと教室を組み合わせたような語学教室というのは世の中にたくさん、もちろん健全な事業者も含めてたくさんおります。

以上です。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

それでは、お待たせいたしました、戸田委員、よろしく願いいたします。

○戸田専門委員 ありがとうございます。

消費者庁様に質問なのですけれども、消費者保有機器の適合性というところで、セキュリティを適切に保持できるシステムを使っているかとか、画面のサイズとか、こういったものをセキュリティや個人情報の保護の侵害のおそれがない形で、どうやっておやりになるろうとしているのか、お考えがあればお聞かせいただきたい。

それから、チェックボックスについても既に広く、いろいろなところで本人意思の確認のツールとして使われているわけですけども、これを使わないで、クレジットカード会社と同等のセキュリティレベルのパスワード管理によって実施をせよというお話だと思う

のですけれども、これに伴う事業者側のコスト上昇は消費者に転嫁されると思いますが、そのコスト上昇分を大体どのぐらいと考えておられるのか。また、これが契約金額にかかわらず、こういった規制をされようとしているのかどうかというのをお聞かせいただきたいと思います。

あと、そもそもとして、すでに広く使われているチェックボックスの使用を否定されるというのは、チェックボックスに明らかに起因する消費者被害がかなりあったということだと思うのですけれども、御参考までに、その数値データみたいなものがあればお聞かせいただきたいと思います。

以上です。

○消費者庁（奥山課長） まず、チェックボックスの件ですけれども、電磁的記録、電子交付を選択したという、消費者がそういう選択をしたということに関して、挙証責任が事業者にございまして、これを果たす観点から、チェックボックスですと、いわゆる真意に基づく明示的な承諾、これがもともとこの検討をスタートするとき、国会の附帯決議で、その真意に基づく明示的な承諾をちゃんと取るプロセスにせよというお題を頂戴しておりますので、それで、むしろ、最も安価なソリューションとして、チェックボックス以外、口頭での承諾以外、かつ、事業者きちんと手元に何らかの証拠、記録が残る手段として、議論の結果、こうなっているようなものでございます。

ですので、真意に基づく明示的な承諾、例えば公的な個人認証や電子署名を付すようなやり方もあると思いますけれども、必要とされている中で、最も実現性のある解として考えられているような次第でございます。

あと、適合性確認ですけれども、普通、申込みをするときにデジタルでいろいろな、名前とか連絡先のアドレスとか、マイページのような画面で多分入力をすると思うのですけれども、そのときに消費者の適合性というのは、パソコンの操作がきちんとできるというのが分かりますし、その際に、バックグラウンドでやり取りされるデータを通して、どんなデバイス、どんなOSで使っているのか、アップデートがしっかり行われているのかといったようなことも確認されるのだろうというのが趣旨でございまして、セキュリティを確認するためにわざわざ質問を作ったり、そういったことは考えておりませんで、通常、ウェブサイトを開設して、マイページで何らかの情報のやり取りをすれば見えてくるようなデータを想定しております。

○戸田専門委員 もちろん、質問では全く意味はなさないと思うのですけれども、これは申込みする個人が使用している情報機器に関するデータを取得することを事業者が義務付けるという話ですよ。

○消費者庁（奥山課長） 取得して保存するようなところまでなのか、確認さえ取ればそれで終わりなのかというところは、やり方はいろいろあると思いますが、普通、ウェブサイトを開設している方であれば、そうした相手のデバイスに関するデータとか、普通取得されてしまっているのがデフォルトの姿なのかなと。

例えば表示の最適化をするといった目的で、相手のブラウザとか機器の画面サイズとかOSとか、そういった情報はバックグラウンドではいろいろ取得されておるのかなと考えております。

○戸田専門委員 そういった情報の取得をどうやってやるのでしょうかという質問だったのですけれども、今後政省令等で明らかにするのであれば、その案をお聞かせいただきたいなと思います。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

予定されたお時間をもうすぐ迎えるところなのでございますけれども、質問がたくさん出ておりますので、恐縮ですが少し超過をして議論を続けさせていただきたいと思います。

それでは、住田委員、瀧委員、お二人続けて御質問をよろしく願いいたします。

○住田専門委員 ありがとうございます。

私からは簡潔にお伝えしたいと思います。

まさに新経連の片岡様がおっしゃられたとおり、紙には紙の良さがあり、デジタルにはデジタルの良さがあるということがあると思ひまして、もちろん消費者庁様としては、消費者を守らなければいけないというところがあるとは思ひのですけれども、当然、デジタルのほうが全てのログを残すことができるみたいなどころもあり、より消費者を守ることでもできるという観点もあるのではないかと思ひます。

そういうことも考えながら、今、紙でだったら、ここが実現できているというところを、何ができないとデジタルのほうで思っているのかというのを私は知りたいなと思ひております。紙で実現できていることを要素分解していただいて、それがデジタルでできていない部分、できない部分がどこだと思ひているのですかというところをお示しいただくことで、この議論というのはいち少し進められるかなと思ひますので、その点をお願いしたいなと思ひました。これは今日ではなくても結構です。後日で結構ですのでよろしく願いいたします。

以上です。

○瀧専門委員 瀧でございます。

8割住田さんに言われてしまったので、特にアドオンがないのですけれども、やはりデジタルだと問題を見つげづらいという大きな前提が、議論の中に含まれていると思うのですが、果たして本当にそうなのだろうかというのは、例えば遠隔に親が住んでいるケースとかだと、デジタルに転送があるとかそのほうがいいケースも本来的にあると思ひているのです。

なので、この辺は、ファクトというか、何らか数字なり、もうちょっと根拠を持った議論をしなくてはいけないなと思ひているところとして、もちろん、都合のいい統計というのはなかなかないものだと思うのですけれども、その辺で何らか、要は、紙のほうが本当に安心できるというファクトがあるのであれば、それを強化するデジタルという考え方もあると思ひますので、その辺を詰めたかと思ひました。

以上でございます。

○消費者庁（奥山課長） ありがとうございます。

先ほどおっしゃった、書面で果たしている機能をどのようにデジタルに移すかという観点での検討は、まさに有識者検討会で行われまして、書面の持つ消費者保護機能というのを分解して、整理して、それをデジタルでも実現するという観点で、その後の議論が進められたというところはございます。

申し訳ないのですが、消費者被害の実態のデータを見ますと、いわゆる、弱者としての消費者、デバイスにもあまり通じていなくて、かつ、判断力も少し怪しいなというような方のその被害を、お盆やお正月に帰省したら見つけたとって出てくるような事例も相当数ございまして、どうしても弱者の保護という観点から、そういったところを想定して、そこまで守れるような安全策が入っておると。そういったちょっとユニバーサルデザイン的な解になってしまっておるのは事実でございますし、そこをいかに将来的に、わずか2年でこの制度を見直すことになっておりまして、そこを本来、善良な事業者と、しっかり自立した消費者だけの世界ではもっと実現できることは多いだろうというのは、前提として理解を持ってございます。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

住田委員、瀧委員、よろしいでしょうか。

それでは、落合委員、そして、片岡さんまでよろしく願いいたします。

○落合専門委員 御説明、ありがとうございます。

議論をお伺いしていて、やはり岩下先生がおっしゃられていた、類型を混ぜてしまっているのではないかという点は、これは非常に大きくあるのではないかと思いました。片岡さんがおっしゃられていましたが、2か月5万円という線引きがすごく高額な取引なのかというのは考え方にもよるでしょうが、かなり広範な申込みが該当するようなものと考えております。

もちろん禁止するべき取引や、厳しく取り締まるべき取引は、厳しく取り締まればよいと思っております。本当にやるべきでないような取引があるのであれば、マルチまがいのようなものをできるようにしておりますが、端的に禁止してしまうこともありうると思えます。また一方で、正常な取引が入っている可能性がありうるような類型として、おっしゃっていただいた訪問販売、訪問購入などがあるようですが、いわゆる完全に押売という類の場合もかなり多く含まれるとも思います。

一方で老舗もあるという御説明はあったので、言いにくいですが、ただ、力点があったのは押売規制であると理解しています。そういった取引を厳しく規制されたりするというのは分かる部分があります。ただ、これは特定継続的役務提供などについては、大分性質は違うと思えます。誘引などの類型も、良くない取引もあるとは思いますが、本当に一概にマルチまがいとか押売と同じような性質かということ、それは違うところもあると思えます。こういったものの中には、そもそも申込み等はオンラインでされているものもあり、

今日も御紹介あったと思いますが、そういうオンライン型であれば、割賦販売取引についても電子交付について、相当程度整備されているということもあります。

一般的に言えば、特定継続的役務提供よりも割賦販売のほうが相当程度危険だと思います。割賦販売でもオンライン完結型であれば整理できることになっております。割賦販売のほうが、債務が膨れ上がることや、極端な場合を言えば自己破産までする可能性があるという、よりリスクが高い取引だと思います。本当に禁止すべきものなのか、また、リスクの程度とそれへの対策の手段が、同じような消費者保護法の性質を持っている割賦販売法などと比べて均衡を欠いている部分があるのではないかというのが、今日の議論の中で重要な点ではないかと思われました。こういった点について、改めて御検討いただきたいというのが一点目です。

もう一点が、そういう観点で申し上げますと、紙を使って不便にするとか、不便にするから保護されるという論調になっている部分があると思います。しかし、これは規制の進め方として、正道のやり方ではないと思います。禁止すべきものは端的に禁止すべきであるし、刑罰や行為規律を加重すべきものは加重すべきです。中途半端にやりにくくするというのではなく、それは正面切って、規制すべきものは規制強化すればいいと思います。

一方で、全体的にデジタル完結をしていくということで、今日もデジタル臨調の事務局に来ていただいています。そういう中で進めていくので、中途半端な内容のデジタル化を、特商法の分野だけ違った形で進めることではないと思います。おっしゃっていただいた中で、厳しく規制すべき類型があるのは重々よく分かります。ただ、全部ではないとは思いますが、より別の手段でしっかり規制をすること、例えば書面交付については、実際にはクーリングオフの効力の起算点になるという重要な点があると思いますので、そういった方法で制裁を強くするとか、いろいろ対応方法はあるのだろうと思います。

それで、全く読めない記録を人に渡した場合には、クーリングオフを無限定で延ばすという制裁を定めるなどのやり方もあるとは思いますが。

ここでは、消費者保護を後退させるのではなくて、手段として、特定の紙という手段にこだわるのをやめることを国全体で行っており、デジタル原則を立てて進めておりますので、そこは則った上で、それで消費者保護が薄くなるころがあれば、そこは規制強化を別の方法でしていただくという形で対応していただけないか、ということだと思いますが、いかがでしょうか。

この2点でございます。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

片岡様も、では、引き続きよろしく申し上げます。

○新経済連盟（片岡様） 皆様のイメージを分かりやすくするために、具体的な事例で補足をしたいと思います。

恐らく一番心配されているケースというのが訪問販売で、販売員がタブレットを持って

いって、電子承諾だけ、ここをチェックしてくださいみたいな感じでやるのが、恐らく一番心配されているケースだと思うのです。ところが、我々が主張しているものは、前提として、ほぼ通信販売であると。

通信販売で、例えば英会話レッスンのコースを自分で選択して、電子承諾にチェックを入れてというようなものを想定してしまっていて、そうすると、先ほど消費者庁さんの例でクレジットカードの話がありましたけれども、ここで言われてしまっているのは、その通信販売のような形でやっていって、最後、電子承諾をしようと思ったときに、クレジットカードの例で言うと、あなたはクレジットカードを使うんですねと言ったときに、通信販売は、普通、支払方法の中からクレジットカードをポチッと選ぶということをすると思うのですけれども、その手前で、あなたは本当にクレジットカードを使うのですか、だったらここにクレジットカードとテキスト入力してくださいと言われていたようなものという感覚を持っています。

オンラインで取引をしていないところに、いきなりその承諾だけオンラインというのを問題視するのであれば、そこを対処すればいいと思っていて、オンラインで取引に入ってきた人に対してハードルを高くしないでほしいという意見です。この区別をできればうまくしていただきたいなと思っています。

例えば、事業者に言いくめられてというのを心配するのであれば、事業者による遠隔操作を禁止するとか、あるいは承諾の強制を禁止するとか、あるいは対面で承諾を指示するのを禁止するとか、そういったやり方もあると思います。オンラインで取引に入ってきた消費者の取引と、そうではない消費者の取引をうまく区別するような工夫をしていただければなと思っています。

以上です。

○杉本座長代理 今の最後の御発言は、御意見に対しての消費者庁さんの御意見をお伺いしたいという趣旨でよろしかったでしょうか。

○新経済連盟（片岡様） そうですね。ただ、今は恐らくそういう観点にはなっていないので、どちらかというとなら皆さんにイメージを持っていただければ、それで十分でございます。

○杉本座長代理 承知いたしました。

では、消費者庁さん、一度御回答よろしく願いいたします。

○消費者庁（奥山課長） 落合先生からいただいた御意見、まず、取引形態ごとにメリハリですけれども、まさにオンラインで提供される、完結する英会話に関しては、他の取引類型と違って、オンライン完結がしっかりできるという形の結論を報告書でもいただいておりますので、今までできなかった、申し込んだら、もうその日から受講ができるというのは実現される案というように、今の報告書の内容でもなっております。

それは、まさに先ほどおっしゃったように、いわゆるリスクの程度が、英会話であれば、そこまで他の、ひどく勧誘されて無理やり契約させられてしまうようなものとは違いうら

うという考えが入っております。

それから、消費者保護の実現というのは、紙でというよりはデジタルの良さも使いながらというのは、それもできるだけ制度化の際には取り入れていきたいと考えております。

片岡さんがおっしゃった点ですけれども、テキスト入力なのですけれども、オンラインで契約をしていくに当たっては、いろいろなテキストデータ、自分の名前でも、自分の連絡先でも支払手段でも、いろいろな入力が多分あると思いますので、その中の一環で何らかのテキストデータ、そんなに、別に寿限無寿限無のように長いものを入れろということは想定していませんので、そんなに無理なくできる範囲でやっていただくのかなと。

ただ、チェックボックスですと、いわゆるダークパターンのように知らない間にやってしまうとか、そういうことも生じるでしょうし、事業者さんが後で挙証するときにも、なかなか面倒なのかなと。あなた、これ入力しましたよねと。言った言わないになりがちなところがあるのかなというふうな考えがあるのかなと理解しております。

○新経済連盟（片岡様） 今の点、補足をよろしいですか。

○杉本座長代理 はい。

○新経済連盟（片岡様） 自分の名前とか電話番号というのは、可変の情報ですのでテキスト入力していただくことが多いです。ただし、郵便番号を入力すると住所は自動入力みたいなものもありますけれども。ただ、その意思の確認というのは、やはりデータとして、1と0があった場合にどちらを選択したかというのが明確に分かるほうが、事業者にとっても消費者にとっても後からトラブルになりにくいのです。チェックボックスというのは、デフォルトオンが駄目という理由は分かるのですけれども、空欄のチェックボックスがあって、どちらかをチェックしてもらうという場合は、そのデータが残りますし、それこそ契約書面として出力するときにも、それを表示しておけば明確になるわけですから、技術的にはいろいろ工夫ができるところであります。

以上です。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

○落合専門委員 今の点に関しまして、私の特に2点目のほうに関係しますが、手法として面倒くさくなるような方法を殊更採用することではないと理解しました。一方で、例えば先ほどおっしゃっていただいた、勝手に入力がされてしまっていたという場合は、電子消費者契約に関する民法の特例に関する法律などの中では、錯誤の防止の措置などがあるかと思えます。そういった規律を整備したように、勝手な入力などを行った場合には、例えば解除権が付与されるといった対策が必要ではないでしょうか。結局、書面交付の点も、その場でどうするかというよりかは、基本的には、後になって契約の内容について確認して、被害があった場合、被害回復を図り得るようにするためだと思います。

基本的には、不適切な表示を行っていけば解除権を付与する整理をしていくことで、何か特異な手段をとるよりは、そのほうが正道であろうかと思えます。必要な行政処分や罰則を強化していくことは、別にデジタルとはかかわらず行うべきです。手段を事細かく書

いて面倒くさくするというのは、基本的に今までの日本の規制の手法としてよくなかった
ので、今の時代の規制改革であったり、デジタル原則では整理しておりますので、正道の
解除権や、行政処分、刑罰の強化で図っていくべきと思います。そういった意味での指摘
と御理解いただければと思います。

本日、方針をいきなり変えるというお返事も難しいでしょうから、そこはコメントだけ
させていただきます。また、クレジットカードなどの場合も回答で書かれていましたが、
パスワードの入力自体を省略することは、欧州も含めて、例えば、リスクベースでペイウ
ェーブのものとか、少額の場合に省略できるようになっております。その意味で、おっし
ゃっていただいた内容も、必ずしも金融取引のほうでは絶対的なことをおっしゃられたわ
けではないと思っています。全体として若干雑にまとめていただいている部分があると思
いますので、精緻化をお願いしたいと思います。

以上です。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

それでは、続きまして、武井委員、田中委員、お願いいたします。

○武井委員 ありがとうございます。

先ほどのオンライン完結でもう対応していますという話で、片岡さんにまず御質問です
が、オフラインが英会話のところに混じったら、厳しい世界のほうの記述になっているの
ですよね。

○新経済連盟（片岡様） 報告書のイメージそのものは、オンライン完結、役務提供もオ
ンラインのものも含むと書いてあるので定かではないのですが、消費者庁の御回答を見る
限りは、オフラインが混じった途端に駄目なのかなという印象を持っております。

○武井委員 消費者庁さんはその点はいかがでしょう。オフラインかちょっと混じった
瞬間、厳しい世界を全部適用しなくてはいけないのかどうか。

○消費者庁（奥山課長） 最近の実態として、オンラインとオフライン、どちらでも選
べるというのはあると思っています。それを否定するものではないのですが、他方で、全部
実は対面を実現するために、バーチャルでオンラインもできますよというような、法の潜
脱を図ろうとするような趣旨での併用というのは認められませんので、そこは実態に照ら
して、ケース・バイ・ケースで判断するところがどうしても残ってきますので、そこまで
はなかなか書き切れませんので、書いていませんけれども、思いとしてはそういうこと
です。

ですから、どちらでも選択できますと。ただ、やろうと思えば全部オンラインで完結し
ますというのは、オンラインに入る形で整理できるのではないかと考えています。

○武井委員 ありがとうございます。オンライン、オフラインが、全部消費者側の選択で、
消費者が自分で全部オンラインすることにできるのであれば、結果的に消費者がオフライ
ンを全部選択しても厳しい世界にならないということがあり得るということではないので
すね。

○消費者庁（奥山課長） はい。それこそ英会話を始める前に、その辺の規制のチョイスはきちんと定まっていけないといけませんので、それはそういうことでございます。

○武井委員 分かりました、ありがとうございます。

その厳しい世界をどこまで及ぼすのかという部分の細かい調整のところ、まだ報告書の段階なので、詰め切れていない論点はあると思いますし、これから詰められると思うのですけれども、相当丁寧にどこまで厳しい世界を及ぼすのかということを検討されたほうがよいというか、新たな過剰規制を作りかねないという論点だと思いますので、相当丁寧にやっていただけましたらと思います。

あと、先ほど皆さんもおっしゃっているように、デジタルだからこそ、紙ではない規制効果が上がる点があります。特に今日の話は事前の入口規制の話であって、事後のキャンセルとか、クーリングオフのキャンセル以外にも、また最近では消費者契約法などもすごく強化されているわけです。こうした事後のほうの話で、消費者契約法の取消とかを使うことも考えられます。デジタルだからこそ透明性が高まって、よほど変なことをやっていれば、あとの消費者契約の取消が行いやすいという世界もあるのかもしれませんが。いろいろ事前のところをあまりこう厳しくしていくことに頼るのではなく、新たないろいろな不都合を事後のほうに寄せるといった視点も持って、厳しい世界をどこまで本当に及ぼす必要があるのか、丁寧に制度設計を今後していただければと思います。是非とも消費者庁さんにはその点、何卒よろしく願いいたします。以上です。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

それでは、田中委員、お願いします。

○田中専門委員 ありがとうございます。

私も、今の武井委員の御発言と共通する問題意識を持ってしまして、この報告書全体として、これだけを読むと、できるだけデジタル化をやめさせたいと読めてしまう部分があると思います。

お話を直接お伺いして、この点はどうですかと聞くと、このように考えていますと、例えば不利益については、書面を選択した場合にオンラインの場合より時間を要することは不利益には入らないという御回答をいただきましたが、その点は、報告書案を読んだだけでは分かりませんし、この報告案がこのまま公表されてしまうと、手続に時間を要することも不利益だと解釈されることがあり得ます。

ですので、先ほど落合委員からも精緻化というお話がありましたが、もう少し、この報告書の記載のみから、何が禁止されて何が禁止されないのかがはっきりと分かるようにしていただきたいのですが、お願いできますでしょうか。

○消費者庁（奥山課長） 今回議論していただいておりますのが、有識者委員の間での検討の成果物としての報告書ですので、それで、議論としては既に一巡をしましておりますので、報告書の段階では、恐らくもうこれ以上の精緻化というのはなされないと考えておりますが、ただ、これを制度に落とし込んでいく段階では、先ほどおっしゃったよう

に、どこが一体、規制の適用、適用外の分かれ目になるのかといったところをできる限り明確化をしていきたいと考えております。

○田中専門委員 すみません。一点だけ、時間がない中で申し訳ないですが、法案に落とし込んでいく中で作業をきちんとやっていくというのは、非常に重要なことですので是非やっていただきたいのですが、先ほど言った、事前に御回答いただいた手法選択によって生じる不利益はもとより禁止の対象から除外しているということは、当然ワーキングで議論されたことで、勝手にお答えになったわけではないと思います。そうでしたら、それは明記していただきたいのですけれども、それも難しいですか。

○消費者庁（奥山課長） どこまでそれを書き切るかの問題に恐らくなってくると思うのですけれども、そういった御指摘が生じ得るところが他にもたくさんあると思ひまして。

○田中専門委員 きちんと議論されたことについては、報告書にできるだけ落とし込んでいただきたいという趣旨です。

以上です。

○消費者庁（奥山課長） 分かりました。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

それでは、本日オブザーバー参加してくださっております、デジタル臨調の事務局の方から何か御意見、コメント等がございましたらよろしくお願ひいたします。

○デジタル臨時行政調査会事務局（三村参事官補佐） デジタル臨調事務局でございます。

1点コメントさせていただきます。

我々が依拠しておりますデジタル原則におきましては、書面を義務付ける手続きにつきまして、デジタル処理での完結を基本とした上で、エンドツーエンドでのデジタル対応を実現することとされています。

今回、論点といたしまして、画面の大きさの下限を設けるというところがあったと思うのですけれども、我々としましては、本件電磁的交付については、そもそも本人の同意を前提としているものでありまして、また、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ますので、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ものと考えています。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

それでは、お時間が大変超過してしまいましたけれども、ここまでと。

ごめんなさい。落合委員、何かございますでしょうか。

○落合専門委員 ありがとうございます。

今のデジタル臨調の事務局のおっしゃられた点は重要だと思っています。これは別に消費者庁さんのほうだけでというわけではないと思います。私はデジタル臨調作業部会も入っていますが、全体的にそういう形で整理しましょうということで、政府全体で合意している方針です。このため、是非その点を考慮いただくことは大事ではないかと思ひます。また、先ほど報告書自体は既に修正が難しいという御趣旨をおっしゃられたと思ひますが、

報告書自体が難しいのであれば、省令のタイミングなどで、規制改革推進会議としてフォローアップすることが重要なのではないかと思います。

以上です。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

岩下委員、お願いいたします。

○岩下委員 すみません。短く1点だけ。

先ほど消費者庁さんが、画面のサイズは、サーバーでシステムを提供している人間が分かるのではないかとおっしゃったと思います。これはレスポンシブルデザインといいまして、出た先がスマホであるかタブレットであるかPCであるかに応じて画面を自動調整する機能というのが最近のウェブサイトには、サーバー側には標準的に備わっていますが、それはエンドユーザーに、これはタブレットだ、これはスマホだということをきちんとエンドユーザーというか、サーバー提供者側にそれを通知した上で、それを記録を残しながら表示するという機能ではありません。自動的にレスポンシブルデザインが変わるものなので、だから、変えているでしょうというのは、システムが勝手に変えているのであって、それをサーバー提供者が知っているのではないかと消費者庁さんが誤解しているのだと思いますが、その辺はシステムの正確な理解に基づいた御提言されることをお勧めいたします。

以上です。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

それでは、この辺りで今日の議題は終わらせていただきたいと思います。

皆様の御意見、議論を拝聴しておりまして、消費者庁さんのおっしゃるような、消費者被害から消費者を保護するというための制度であるということとは重々理解しているところでございますが、委員の先生方がおっしゃいましたように、様々な類型を一緒くたにして検討してしまっているというところに一つ大きな問題があるのかなと感じたところであります。

コロナ禍を機に、様々なサービスの提供の在り方、方法も変化しているところでありますので、消費者被害から消費者を保護することのために、消費者が望むサービスの提供、この実現を阻害するような規制にはなあってほしくないかなと思っておりますので、御検討いただきますと幸いです。

消費者庁さんにおかれましては、本日の議論を踏まえまして、速やかに必要な検討を開始していただくようお願いいたします。事務局におきましても、しっかりとフォローアップをするとともに、答申に必要な事項を盛り込むことを検討をお願いいたします。

なお、本日の議論で十分な御回答をいただけなかった点等につきましては、後日事務局を通して書面で照会をいたしますので御回答ください。委員の皆様方におかれましても、照会が必要と考える事項については事務局まで御意見をお寄せください。

それでは、新経済連盟、消費者庁、デジタル臨時行政調査会事務局におかれましては、

本日はお忙しい中、どうもありがとうございました。「退室する」のボタンより御退室のほうをお願いいたします。

(新経済連盟、消費者庁、デジタル臨時行政調査会事務局退室)

○杉本座長代理 よろしいでしょうか。

当初予定しておりました時間を30分超過してしまいましたけれども、本日、議題は以上となります。大変お疲れさまでございました。今後の日程等につきましては、追って事務局のほうから御案内をさせていただきます。

突然の座長代理の指名で至らない議事進行になってしまい、大変申し訳ございませんでした。どうもありがとうございました。それでは、これにて会議を終了いたします。「退室する」のボタンより御退出をください。本日はどうもありがとうございました。