

第8回 共通課題対策ワーキング・グループ
議事概要

1. 日時：令和5年4月19日（水）10時00分～12時17分

2. 場所：オンライン会議

3. 出席者：

（委員）	菅原晶子（座長）、杉本純子（座長代理）、岩下直行
（専門委員）	住田智子、瀧俊雄、戸田文雄、村上文洋、落合孝文
（事務局）	辻規制改革推進室次長、鈴木参事官
（ヒアリング出席者）	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 消費者庁取引対策課 奥山課長
（オブザーバー）	デジタル庁省庁業務サービスグループ 菅原次長

4. 議題：

（開会）

1. 「特定商取引法の契約書面等の電子化等」について

（閉会）

5. 議事概要：

○鈴木参事官 それでは、定刻になりましたので、第8回「規制改革推進会議共通課題対策ワーキング・グループ」を開催いたします。

本日は、田中専門委員は御欠席でございます。また、スタートアップ・イノベーションワーキング・グループ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、菅原座長より順番に指名させていただきます。

なお、進行時間は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をお願いいたします。

以降の議事進行につきましては、菅原座長をお願いしたく存じます。

菅原座長、よろしくお願ひいたします。

○菅原座長 ありがとうございます。

それでは、本日の議事、「特定商取引法の契約書面等の電子化等について」に移りたいと思います。

本日は、新経済連盟様と消費者庁様に御参加いただいております。どうぞよろしくお願ひいたします。

まず、新経済連盟様より、事前に御提出いただきまし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て御説明いただければと思います。

それでは、片岡様、よろしくお願ひいたします。

○新経済連盟（片岡氏） よろしくお願ひいたします。

今、資料を映しております。皆様のお手元にも届いていると思いますけれども、こちらを使って説明したいと思います。

本日は説明の機会をいただきありがとうございます。以前も説明をしたものについてですけれども、政省令が示されまして、ルールの内容が決まったということで改めて意見を申し上げたいと思います。

新経連のこれまでの主張は、こちらにまとめておりますけれども、特にオンライン完結型の取引に関して要望を行ってきたというところがございます。今回、政省令が示した電子交付のルールを簡単にまとめておりますけれども、これだけ読んでもイメージが湧きにくいところがあるとは思いますので、口頭になります。例えばオンラインで英会話教室のレッスンを申し込もうとした場合にどういう流れになるかというのを説明したいと思います。

まず、オンラインで申し込む場合、通常のインターネットの通信販売の要領で申し込むこととなりますので、消費者側は事業者のサイトに行って、そこから申込みを始めることとなります。

今回、いろいろな確認義務、説明義務というのがありますので、恐らく最初に会員登録をしていただいて、アカウントをつくっていただいてからの申込みになるのかなと思っております。なので、申込みをしたい方はまずこちらで会員登録してくださいということで、氏名・住所・メールアドレスを入力し、こちらの確認義務の中に、メールとかの送受信ができたり、電子交付した内容を見るための操作ができるということを確認しなければいけないとなっておりますので、メールで折り返し認証と言われるもの、自分で住所・氏名・メールアドレスを入力して会員登録して、事業者側からメールを送り、そこからURLをクリックして会員登録を完了させるというような作業を消費者にさせていただく。それによって、操作の部分とメールアドレスの日常的利用確認はできるのかなと思っております。

その次に申込みステップに行くこととなりますけれども、これも通常の通信販売のよう

に、申し込みたいコースが説明とともに表示されますので、そこから選んで、支払い方法を選択したり、必要な情報を入力したりということで申込みステップを進めていきます。

通常の通信販売でいけば、そこからそんなにステップを踏まずに申込みの完了まで行くのですけれども、今回、確認義務がたくさんありますので、まず申込みへというステップのところ、恐らく事業者としては、電子交付と郵送交付、あるいは教室の交付、どれがいいですかというのを最初に選んでもらって、電子交付の場合だけ物すごく複雑なシステムが必要になってきますので、電子交付を選ぶ場合にいろいろな仕組みを入れていくことになると思います。

例えば電子交付を選ぶと、2つ目のところにありますけれども、事業者の確認義務、画面の大きさを確認しなくてはいけないとか、セキュリティ対策をしているかという確認をしなければいけないというのがありますので、電子交付をして次のところに行く画面で、恐らく利用者が使っている端末の情報を読み取って、それに応じて、例えばブロックするとか、あなたはこれ以上先に行けませんとするとか、元に戻るとか、そういうシステムを入れなくてはいけないと考えております。

そこで、そのシステムを入れたものをクリアすると、次に電子交付に関する内容とか説明義務のところがありますので、その説明をずらっと書くことになります。説明自体を表示するのはよくあることですけれども、今回の政省令で重要になってくるのが、説明内容を理解したということをフリーテキストで書いてもらわなくてはいけないというのがあります。チェックボックスとか番号では駄目だと言われているので、説明内容を理解した場合は、以下に理解しましたと入力してくださいとフリーテキスト欄を設ける。

ただ、これもフリーテキストですので、書かれた内容を機械的にチェックをして、あらかじめ指定したものではない場合ははじくという作業をしなければいけないので、ここもシステム的な開発が必要になります。

さらに、電子交付に承諾する場合は氏名入力も必要だとされていますので、最初に会員登録のところ、氏名を入力しているのですけれども、もう一度ここで、電子交付に承諾する場合は以下に氏名を入力してくださいということで、氏名を入力してもらう。恐らくここも、会員登録した氏名とちょっと違う場合にははじいたりしなくてはいけないのだと思っています。

さらに、確認義務のところ、第三者にも電子交付してほしいか、してほしい場合はその第三者のメールアドレスを入力してもらうようにしなければいけないので、さらにここに第三者にも交付してほしい場合には以下にその方のメールアドレスを入力してくださいということで、ここもフリーのメールアドレスの入力欄を設ける。

ここまでした上で、電子交付に承諾して次に進む、あるいは戻るといったボタンを用意して、電子交付に承諾し次に進むとなると、次に進む前に、承諾書面の交付義務というのがありますので、この承諾書面の交付を先に、この契約に関するものではなくて、それより前に出さなくてはならないということになっています。

電子交付に承諾したことを証する書面を電子交付しますと、以下からダウンロードして保存してくださいということで、ここで、私はこれから電子交付に承諾しますという書面をダウンロードしてもらうというステップが入ります。このときに、ダウンロードしたものの読めるかどうかを確認してもらうというステップが入るのだと思います。

そこまで行って、ようやく申込みステップに行く。確認したので、次へ行ってもらいます。申し込みしようとしている内容はこちらです。まず、契約内容の概要書面と言われるものを交付しなければいけないので、申し込みしようとしている内容を、これも通常通信販売ですと画面に表示されるのですね。もう画面に表示するだけでは駄目で、書面の交付ということでダウンロードをして保存させなければいけないので、画面に表示した下にダウンロードボタンを用意して、ダウンロードボタンを押してもらう。

このときにメールでも送信した上で、先ほど第三者でもメール送信してほしいということでメールアドレスが入力された場合には、ここで第三者にもメールが飛ぶということになります。

それが終わりますと、ようやく概要書面を提示したので、本申込みということになって、もう一度、上記内容で申し込む場合にはこの内容でいいか、申込み確定ボタンを押してください。申込み確定ボタンを押すと、そこでようやく申込みが完了して、その後、契約内容の書面の交付が必要になりますので、事業者のやり方としては、先ほど会員登録していただいたので、マイページから契約書面をダウンロード・保存してください。ダウンロード完了後からレッスンの予約が可能ですというようなことと、ダウンロードから8日間はクーリングオフが可能ですということにして、マイページにログインするとダウンロードのボタンがあって、そこを押すと、メールでも送信して、第三者にも送信して、PDFの保存ができるというようなやり方になると思います。

いろいろ説明しましたがけれども、それぞれいろいろなルールがあるのですが、やはり画面サイズやセキュリティ対策の確認義務のところについては、システムのしっかりしたものを入れられないといけないので、いわゆる通常の申込みシステムでは入れていないようなものを入れなければいけないので、これは事業者にとって負担が大きい。そこまでする意味があるのかというところを疑問に思っています。

先ほど申し上げたとおり、これだけ申込みステップがある中で、もし画面が小さくて見づらいという方がいたとして、その方はその先の申込みステップに本当に進むのでしょうか。読みづらいと言っているのに、そこまで進んでみるのでしょうかというところも疑問に思ひまして、これは消費者のセルフチェックでいいのではないかと気がしております。

それから、承諾取得の方法についても、氏名とか説明内容を理解した旨をテキストで記入しなければいけなかったり、チェックボックスが駄目と言われているのですけれども、システム的には番号を選択していただいたり、チェックボックスに入れるというのが一番明快で意思が分かりやすいというところがありまして、臓器提供意思表示カードなんかも

番号で選択するようになっているのはそういうことなのだと思うのですが、システムの的にフリーテキストで判断させるといのはかなり難しいので、そこも結構なシステム開発が必要となっています。

それから、電子で交付することの承諾の書面を交付するというのが間に入ることで、物すごくハードルが高くなっておりまして、一応オンライン役務提供の場合は電子交付していいということにはなっていますが、このステップが本当に必要なのかというのはかなり疑問に思っております。例えば、概要書面とか申込書面の中に、あなたは電子書面を選びましたよということが分かるようになっていけば十分なのではないかと思っております。

それから、第三者の交付義務についても、これはもともとと言ってはいますが、消費者に入力させて事業者から送るといことになると、突然事業者から第三者にメールが送られてきて、Aさんの情報、Aさんの契約内容が送られてくることになりますので、やはりトラブルの元になりやすいと思っております。消費者から転送することではないかと思っております。

それから、禁止行為に関しても、例えば教室交付と郵送の場合に、郵送で郵送料を請求するといのは禁止されていないのだけれども、電子交付の場合には、例えば50円割引といったものは禁止されてしまっているという状態です。これが果たして真意に基づく承諾に不当な影響を与えるのかといのと、かなり疑問です。なぜならば、今も郵送の交付に郵送料を請求することは禁止されていなくて、そこについては納得が得られやすいものだと思います。

今回のルール改定について、会員にいる語学教室をやっている事業者に聞いてみたのですが、現状その事業者は教室受講をメインでサービスを展開しているの、オンラインのみの受講は割合としては多くないと。ただし、全国に展開しているわけではないので、割合は少なくともニーズはあるのだと。ただ、今回のこの規制に対応すると、結構なシステム負担になりますので、そこまでしてやるべきかといと、恐らくやらないという選択をするだろうといことを言っていました。

そうすると、オンライン中心のサービスを展開する場合には、利用者にとっても、事業者にとっても、紙の書面のやり取りといのはかなり煩雑になりますので、この会社の場合は教室受講がメインといことですが、そうではない場合には、短期間とか、月謝制にするといった、サービスの縮小といえますか、ライトのサービスの展開になるだろうと。そうすると、近くに教室がないみたいな人にとっては物足りないものになってしまうといことなんです。

オンラインによる申込みなのに、毎回紙の書面を用意したり、封筒に入れて郵送しているという姿を実際に目にしていると、事務負担の軽減とか、紙の消費量を減らす観点から何とか改善できないかと思っているけれども、今回のようなものをわざわざシステム対応してまでやるかといと、やらないのではないかといことを言っていました。

法改正によって電子化が可能となったはずなのに、電子化を活用したい消費者の不便が

継続してしまうということになる。ペーパーレス化とか郵送にかかるエネルギーの削減を本当はしたいのだけれども、今の中身ではそちらの方向に進めないということを行いました。

全体を通しての意見としては、いかに面倒くさくするかという前提に立ってしまっているように思っていて、そういう意味では非常に成功しているというか、余りにも面倒くさいというか、負担が大きくて、事業者としてもこれだったら今までとおおり郵送にしたほうがいいのではないかという話も出てしまう。いかに電子交付の規定を無意味にするかという感じになってしまっているようですので、これだとDXの推進にはつながらないだろうと思っています。

4つ目のことですけれども、サービスとか取引の性質ごとに違いがあるはずなので、ぜひそこに着目して、DXを活用して、消費者にいかに分かりやすくするかという観点でルールの見直しを今後お願いしたいと思っています。

少し時間が超過してしまいましたが、以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

続きまして、消費者庁様より、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、要点を絞った説明でよろしくお願いたします。

○消費者庁（真淵審議官） 消費者庁の審議官しております真淵と申します。

このたびは説明の機会をいただきまして、ありがとうございます。

今年の6月1日に施行を迎えます特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する規定について、施行2年後の見直しに向けまして、規制改革推進室から御質問を事前に頂戴しました。本日はいただいた御質問に対して回答させていただければと思います。

まず各論点の説明に入る前に、特商法の目的について改めて説明させていただければと思います。

特商法は、消費者トラブルを生じやすい訪問販売とか電話勧誘販売、連鎖販売取引などの取引を特定商取引と定義しまして、それを公正にして、購入者等が受けることのある損害の防止を図ることによって購入者等の利益を保護することを目的としております。

法律の制定以降、社会の変化や、悪質商法、あるいは消費者被害の動向を注視しながら、学識経験者、消費者団体、事業者団体など、様々な立場の御意見や、立法府や消費者委員会での議論などが積み重ねられて、累次の改正を重ねて強化されてきました。

また、契約書面の電子化に関する規定についても、同様の検討過程を経た上で、希望する消費者が可能な限りデジタル化の恩恵を受けられ、かつ事業者による悪用を阻止するという観点から制度設計をいたしました。

施行2年後の見直しに関しまして、規制改革推進室から幾つか質問をいただいておりますけれども、先ほど御説明したとおり、特商法の目的は消費者の利益の保護を図るという

点にあります。したがって、見直しの際に、仮にデジタル化の促進を検討するに当たっても、この法目的、すなわち消費者の利益の保護ですけれども、それに資する形で行う必要があると考えておりますので、その点については御理解いただければと思っております。

それでは、個別の論点について、我々の回答について御説明を申し上げます。

最初に、論点1－(1)でございます。本年6月1日施行予定の改正政省令において、オンライン完結型の特定継続的役務提供につきまして、他の取引類型とほぼ同様の規制が課されているとの御意見いただきましたけれども、それは特定継続的役務提供に併せて、他の取引類型についても可能な限りデジタル化を図った結果によるものです。

なお、特定継続的役務提供における消費者被害について、ここで補足させていただきますと、特定継続的役務提供というのは、目的が実現するかどうかは確実でないにもかかわらず、長期・多数回の契約を事前一括で締結させることによって、消費者を不利な立場に追い込む形で、悪用され得る事業形態でございます。

事業者にとっては、役務提供費用が発生する前に多額の売上げが立つため、売上げを多額の広告宣伝費で先食いするといったような安易な経営を誘発してしまったり、あるいは自転車操業に陥ってしまったり、さらにはポンジスキームのように、新たな顧客による支払いを先行顧客への役務提供費用や解約費用に回すといった事態が過去に社会問題化していました。最近になっても、新たな消費者被害が発生しております。

添付1として参考配付いたしましたけれども、国民生活センターによる注意喚起なども繰り返し行われているところでございます。

月謝制とか各回支払制といった内容であれば、特商法の特定継続的役務提供に関する規制というのは原則として適用されないわけですけれども、あえて消費者にとってリスクが高い長期継続契約を結ばせるようなビジネスモデルを、利便性という名の下にどれだけ庇護すべきなのか、そういった視点も併せて消費者委員会の意見を踏まえて検討を行う必要があると考えております。

続いて、論点1－(2)でございます。先ほど御説明したとおり、消費者に生じるリスクに鑑みますと、特定継続的役務提供における規定が消費者の利便を損なうとは全く考えておりません。むしろ、事業者と消費者とで契約上の立場が対等である、役務を受けた分だけ支払い、対価に見合わなければ自由にやめられる、消費者の自由を損なわない形の契約を懲憑することが、消費者の真の利便性にかなうとともに、良質な役務提供を追求する健全な事業者を育成すると考えております。

また、契約書面等の電子化を検討する際には、様々な立場の有識者の御意見や、立法府、消費者委員会での御議論なども踏まえながら、希望する消費者が可能な限りデジタル化の恩恵を受けられ、かつ事業者による悪用を阻止する観点から制度設計を行いました。

具体的には、契約書面等の電磁的方法による提供に対して、財産的な利益を提供すること／書面での交付に対して不利益を与えることを禁止しております。また、その承諾に係

る事業者説明の内容を理解した旨及び氏名の記入により承諾を得ることの義務化、その裏返しとしてチェックボックスによる承諾の禁止、こういう規制については、改正法成立時の附帯決議の1で示された、真意に基づく承諾実現のために必要なものとして、また消費者が希望する場合の第三者への契約内容の送信の義務化の規制については、同じく附帯決議の1で示された第三者の関与実現のために必要なものとして、それぞれ効率的な手法として導入したところでございます。

同じく附帯決議の2を受けて設置した、書面の電子化に関する検討会の報告書とか、添付2として配付しておりますけれども、消費者委員会の意見がございますので、それを踏まえたものとなっております。

書面の電子化そのものに対する反対が現在もあるのは事実でございますけれども、そういう中で、現在の規制内容よりも有効で効率的な消費者保護に資する見直し案が提案されれば、施行2年後の見直し時点において、消費者庁や消費者委員会が個別にその採否を検討・審議することについて否定するつもりは毛頭ございません。

なお、第三者の関与について補足をさせていただくと、消費者の承諾行為に第三者の行為を介在させることを義務づけるのは、成人の自己決定権に影響することでございますので、最も抑制的かつ効率的な関与の形を追求した結果、現在の規定内容になっております。

また、第三者への同時送信というものは、消費者が希望しなければ行われませんので、消費者の利便性は損なわれないと考えております。

続いて、論点2－(1)でございます。画面サイズの下限を4.5インチと設定する根拠につきましては、法律上義務づけられている表示事項を8ポイント以上の活字で、一つの段落を一覧性を持って表示するために必要となる面積の下限值が4.5インチ相当であるためでございます。

施行後、実態として4.5インチの下限值では一覧性が不十分であって、消費者被害を有効に防止できないとのデータが得られたような場合には、下限値の引上げを含めて規制の在り方について見直すよう消費者委員会から意見を受けておりますので、その意見を踏まえて対応していきたいと考えております。

続いて、論点2－(2)でございます。事業者がIT技術を活用して、消費者が使用する電子端末について、消費者に負担のない形で確認することが技術的に可能だということは、システムの構築・運用等を行うベンダーに確認済みという状況でございます。

続いて、論点3でございます。施行後、実態として現在の規制内容では消費者被害が有効に防止できないとのデータが得られた場合には、規制の強化について検討するよう消費者委員会から意見を受けておりますので、それを踏まえて対応していきたいと考えております。

最後、論点4でございます。先ほどの御説明と同様に、PIO-NETその他の情報を活用して、規制の見直しについて検討するように消費者委員会からの意見もございますので、それを踏まえて対応してまいりたいと考えております。

消費者庁からの説明は以上でございます。

○菅原座長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの御説明について御意見、御質問がございましたらお願いします。

なお、質疑応答、意見交換に当たりましては、デジタル庁の菅原次長にもオブザーバー参加していただいておりますので、適宜御発言いただければと思います。

それでは、村上専門委員、お願いいたします。

○村上専門委員 村上です。御説明、どうもありがとうございます。

今回の特商法の制度改正の中の、特に電子交付の部分については、不合理な点がたくさん見受けられます。政府全体でデジタル5原則を進める中で、間違った事例を生み出すおそれがあり、消費者庁だけでなく、ほかへの影響がかなり懸念されるので、見直しを強くお願いしたいと思っています。

ポイントは3点あります。1つ目は、今回の改正に当たって、圧倒的にデジタル技術に関する理解が不足していると思われることです。一方、今日の新経連の資料に書かれている意見はいずれも的を射たものです。新経連の各意見について、消費者庁が合理的かつ第三者が納得できる回答を示せない限り、改正案は一旦白紙に戻して、検討し直すべきだと思います。画面サイズの件もそうですし、ベンダーに確認したから技術的にできるというのは、実装容易性とは関係ない話です。このように理解が足りていない点が多々あると思います。これが1点目。

2点目は、特定継続的役務提供において起きている様々な問題事案は、電子交付以前の紙の時点でも起きているもので、電子交付とは関係なく、必要な制度改正とか、消費者庁での取締りなどで対応すべきことです。これらの問題事案と電子交付を無理に結びつけて、誤った電子交付制度を導入するのは大きな間違いです。これが2点目。

最後、3点目。先ほど新経連の説明にもありましたが、消費者庁には紙のほうが電子交付よりも優れているという間違った考えがあるようです。逆に、紙ではできないけれども、電子交付ならできることもあります。例えば、契約前に消費者庁が用意するクーリングオフの短い説明動画を用意して、これを見た上で理解して契約するといったことは紙ではできませんが、電子交付ならできます。つまり、紙の文章を読むよりも電子交付の方が優れている点もあるので、このようなこともきちんと考えて、制度設計をしていただきたいと思います。

私からは以上です。よろしくをお願いします。

○菅原座長 ありがとうございます。

それでは、今の3点につきまして、消費者庁様からお願いいたします。

○消費者庁（奥山課長） ありがとうございます。消費者庁でございます。

3点いただいておりますけれども、そもそも制度設計は主に国会での議論を経てなされたものでございまして、国会での議論の中で指摘された論点を取り入れて政省令をつくった結果、今のような制度になっておる。かつ、消費者委員会からのインプットもあるとい

うことで、例えば真意による承諾とか、それが何を意味するのかというのも、国会での議論を通して中身がどういったものであるべきかというような論点が形成されておりますので、そもそもいただいている論点ですけれども、立法府での議論に対して政府に要望いただいてもお門違いというか、そもそも議論が形成された場所でないところに、その議論がおかしいというような趣旨というふうに捉えられますので、そこを指摘いただいても、そもそも政府でなかなか検討が難しいものであると言わざるを得ないものだと考えております。

デジタル技術についての理解不足といった御意見もございましたけれども、むしろきちんとデジタル技術についてお調べいただいた上で、ほかにより改善案があるのであれば伺いたいと思いますし、例えばセキュリティについての御指摘もいただいておりますけれども、デジタル機器が使えるかどうかというリテラシーの一番原点のところがセキュリティだと考えておまして、これはガイドラインで実際に何を求めればいいのかというのも明確にしておりますけれども、いわゆるサポート切れの状態でないことという本当の最低ライン、私はデバイスが使えますと言っただけの最低ラインを示しているものと理解をしております。

いずれも、真意による承諾でチェックボックスを除外しているというようなところも、チェックボックスなり、ワンクリックの承諾というのが通常の承諾だと理解をしております、それでない真意の承諾だということであれば、一番最低ラインのところだけをはじくことによって、いろいろな制約条件の中でむしろ一番簡単な形で対応できる規制としてまとめ上げた。そういうつくり方を政省令はしております。

それから、紙のほうが優れるという考えがあるのではないか。これも、そもそもの法律に書かれておる文言が、依然として特商法に関しては紙が原則であるという考え方が法律にも書かれてしまっておりますので、あくまで電子については例外として扱わざるを得ない。

ですので、これも立法府での議論に対して政府に御意見をいただいている形になっておりますので、なかなか政府だけで動かせるかということ、そういう性質のものではないと御理解いただければと思います。

それから、順番が前後しますが、特役の問題事案に関しては電子交付以前に起きていて、取締りで改善すべきというお話もございました。基本的に、特役のビジネスモデルは取締りが事後の対応ではなかなか追いつかないという難しさが内包されておまして、先ほど申し上げましたように、それは一括前払いに起因するものでございます。一括の前払いがあるために、事業そのものが赤字状態に陥っても会社組織が長い間存続してしまう。最後に破綻するときには消費者が多額の債権を持ったままで、もう救済は見込めない状態で最後は破綻をするということでございますので、消費者が苦情を出してから取り締まったとしても、もうその会社が傾いていることが取締りで改善するわけでもありませんので、取締りで改善できるようなビジネススキームではないということも御理解いただければと思

います。

したがって、消費者政策上も、こういった長期で縛るといふビジネスモデルはどうかとは思っておりますし、さらに経済の視点とか、マーケットとか、産業政策の視点からも、こうした悪いビジネスモデルが市場から排除されない、ゾンビ企業と言ってもいいところが残ってしまうようなモデルのために、これを生かすためにどれだけ緩和をすべきなのかという視点はあってもしかりだと思っております。

先ほど御指摘のように、カリキュラムがライトなものになるというのがありますけれども、これは顧客のニーズにどう応えるかという問題であって、どういうカリキュラムを用意すれば顧客に喜んでいただけるか、かつ授業の内容でどれだけ顧客を引きつけられるのか、長期の一括払いで引きつけるのではなくて、そちらを本筋としては考えていただきたいと思っております。

事ほどさように、特商法というのは、消費者が不利益な立場になりそうなビジネスに対して、むしろ手かせ足かせをはめる構図の法律でございます。例えば、訪問販売でも、まず最初に名を名乗らなければならないとか、断られたらそれ以上勧誘しないとか、さらには契約書面を交付しなければならないとか、いずれもやらないほうが訪問販売業者にとっては利益が上がるだろうと思われる行為に対していろいろと制約を課している。そういう目的の法律であるということも補足しておきたいと思えます。

○菅原座長 村上専門委員。

○村上専門委員 立法府が決めたことだから俺は知らんというのはあまりにも無責任です。法案の検討を中心的行ったのは消費者庁であり、その法案がよろしくなかったのなら、問題点をきちんと理解して、直す努力をするのが、消費者庁の責任だと思います。

回答の中にあつたセキュリティの話は、私は特に指摘してなくて、新経連の資料に書かれていた話だと思いますが、その回答も何かよく分からない内容でした。

消費者庁は、デジタル技術を使ったサービスのことをあまりにも知らなさ過ぎるので、デジタル庁にしっかり指導していただいて、消費者庁とデジタル庁が一緒になって、法案改正を検討しないと駄目だと思います。

私からは以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

消費者庁さんからございますか。もしよろしければ。

○村上専門委員 もう次に岩下さんにつないでいただければ。

○菅原座長 では、岩下委員、お願いいたします。

○岩下委員 今のやり取りとか、今日の消費者庁さんの質問も大変興味深く拝見しました。

これまでとおっしゃっていることは変わらないなという感じなのですが、たしか、消費者庁さんでこれを御担当されている方は経産省さんから行かれたのですよね。経産省の資料なんかを見ますと、電子商取引とか、様々な社会にデジタル化を推進しようというのが元の官庁さんの目的であつたにもかかわらず、それを見事に止めて見せているという

のは、あなた、帰ってどうするのですかというのは、僕は霞が関の中のことはよく知りませんが、本心に心配してしまうので、こういうことをやったこと自体はあなたの経歴に今後大きく残ることだと思いますので、よく覚えといてくださいということだと思います。

今日の消費者庁さんの資料を拝見して、私は、質問もないのにわざわざ資料の冒頭に特商法の目的はと書いてあるところからまず異議があります。「特定商取引法の目的は、特定商取引（訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売等）を公正にし」とあります。私が知る限り、特商法の主たる対象は、訪問販売ぐらいは入っているかもしれませんが、今の特商法のメインのターゲットは通信販売ですよ。たしか通信販売のターゲットというのは、経産省さんの電子商取引のリサーチによっても、個人消費をする金額の中でもう9%ぐらいになっているのでした。結構な比率のものが電子的に取引されています。今回、多分、消費者庁さんはそれは今回の対象ではない、アマゾンドットコムとか楽天というのは関係ないのだということで、連鎖販売とか電子的な役務取引が対象なのではないか、そういう印象操作をしたいのだと思います。

この資料は極めて印象操作にあふれた資料でありまして、自己正当化のために印象操作をするというのは消費者庁さん及びその関係者の方々に極めてよく見られる傾向なので、また出たととても面白く思ったのですが、ただ、我々が懸念しているのは、まさに今回、さっきからさんざん、今回の対象となっているような役務提供の形態については極めて問題のある業者が多いということだと思います。それは消費者庁さんの責任で、そういうところをしっかりと取り締まってくださいよ。消費者被害を防止したいのでしょ。

それとデジタル化は何の関係もないですね。先ほど村上さんおっしゃったとおり、紙でやってたって、同じことをやっているわけですから、電子化をどうするかという話以前の問題として、問題のある取引形態とかビジネスモデルがあるのだったら、それを契約自由とか言わないで。だって、デジタル原則を踏みにじるのだから、契約自由だって好きに踏みにじればいいのではないですか。

だから、消費者庁さんにデジタル原則を踏みにじることができるのだったら、まず消費者庁さんがそこまで問題だと考えている事業者さんの契約についてもっと深く介入して、もっと直接的に取引を規制しないのかというのを私は理解できませんが、ただ、それは役所の中の論理として、デジタル原則だったら踏みにじっていいけれども、契約自由という部分に抵触しそうなものについては、国賠とかを受ける可能性があるからということなのではないか、踏み込めないということなのかもしれません。

ただ、デジタル原則だったら踏みにじっていいという考え方は、消費者庁さんは一応霞が関にいますから、要するに外の世界からやってきているわけではないので、踏みにじっては駄目ですよ。それは、政府全体としてデジタル原則を徹底しましょうということを進めているわけなのに、それはどうでもいいのであると。立法府が決めたから、デジタル原則は踏みにじるな、紙が原則なのであるって。

多分、おっしゃるのは特商法の中で書面交付義務みたいなのがいろいろ書いてあるところをもってして紙が原則だとおっしゃったかもしれませんが、政府の法律で書面交付義務がいっぱいありますが、そういうものも含めてデジタル化しているわけですね。だから、デジタル化原則なわけでしょう。政府が全てそれに取り組んでいるときに、我々だけは紙でやるのが正しいと思っているのですということを書いていいのですかというのがこの議論のそもそもの問題ですね。

だから、それを我々が特殊な目的だから、あるいはけしからん業態を規制するためだったら、もうそれは何を使ってもいいのだと。もちろん、私は消費者庁さんにとって消費者保護が一番だということは了解していますので、消費者保護のために必要な手段をいろいろ講じていただいて結構だと思いますよ。そういう意味では、契約自由とか言わないで、どんどんけしからんと消費者庁さんが持っている業種については、行政上のありとあらゆる手段を使って消費者被害を防止するために最大限努力していただきたいと思います。私は正直言って、それはちゃんとできていないと思います。

結果として、特商法の実態というのは、問題のある業者には響かないで、問題のない業者に大きな負担を課している。そこが問題なのだと思いますね。

そういう意味では、ターゲットをしっかりと絞られているのだったら、絞っているターゲットに対してしっかりと有効な行政上の措置を行って、あるいは警察等と連動するなりなんなりして、けしからんとそこまでおっしゃるのだったら、けしからんことをけしからなくするようにするべきであって、そこについては何の反対もしません。

ただ、そのときに、デジタル原則をねじ曲げて、世界に例を見ないような妙ちくりんな規制を日本にだけ導入してしまうという愚かな行為はおやめください。それは本当に日本の恥です。

私がなぜこんなことを言うかということ、例えば極端な話、今メタバースという世界がありまして、この中で様々な新しい取引が起ころうとしている。これは経産省さんなんかでも大変推奨されている世界だと思います。私自身は微妙に思っているところがあって、消費者保護上問題があるかもしれないなと思っているので、これは特商法的にも問題だと思うのですけれども、多分この世界は全然スコープに入っていないですよ。

どうしてかということ、類型がまだないからなのですが、今の形態でいくと、例えば極端な話、画面サイズ4.5インチ以上は、メタバースの中で使われる主なデバイスはメタクエストというツールですけれども、これは片目のインチ数が液晶画面サイズで言えば3インチぐらい。ただ、もちろん目の前に表示しますからばっと見えるのですね。

そうすると、ここで表示された契約書面というのは、この中でも議論の対象になるのですか。もちろんメタバースの中で継続的な役務の提供もされますよ。それに対して、高額な事前の支払いであるとか、その役務の提供を受けるために何かを買うということも現実にあるわけですね、

ところが、多分そういうことはスコープに入っていないし、しかもそれをやったときに

4.5インチ規制というのほどこにかかるのだろうかというところです。多分あまり認識されていないと思うのですね。

そういうことはこれからいろいろなところで起こり得ます。起こり得るときに、今、目の前にあるスマホのサイズが例えば4.5インチよりも大きいから、スマホだったら大丈夫なのだというロジックなのだと思うのですけれども、いつだって、それこそどこかのメーカーが4.5インチを下回る小さなスマホを出すかもしれないではないですか。そうなった途端に、スマホという基準では駄目ですね。このルールの下でその小さなスマホは使えないわけでしょう。そういうことで、何とか今の制度の中で可能な範囲で妥協する道を探ろうとした結果、デジタルの世界の中では考えられないような規制を入れてしまった。

あと、チェックボックスが駄目で、名前を自由書式で書くという、自由書式で書くということ自体が極めて機械がハンドリングしにくいということは、新経連さんもしきりにおっしゃっていることですし、これを入れた途端に、およそ機械で処理することは無理になるので、そういうことをわざとさせないようにさせているとしか思えない。

その意味では、今回の規制というものが、もちろん直接のスコープはけしからん業界に対して、それを自由に行動させないためである、けしからん人たちにデジタルというメリットを与えないのであるということを目的として導入したものでありながら、特商法とかもけしからんという基準が実は不透明ではないかという議論があるわけでしょう。

だから、どこまでが継続的な役務提供かというところについて、厳密に定義をして、これは入りますと。さっきのメタバースの中で毎月ダンスを教えますみたいなサービスが実際に存在するわけですが、そういうのは入っているかどうかなんて検討していないでしょう。

そういう意味では、多分これから出てくる様々なビジネスについて、これが対象か、対象でないかということを決めることは、法律上の文言は無理だと思います。

そうすると、その都度、消費者庁さんの有権解釈になるのだと思いますけれども、そうなったときに、消費者庁さんが首をどちらに振るかによって、この無意味な4.5インチ画面サイズ規制なるものが適用されるかどうかということが分かって、結局これは後で何を招来するかというと、日本の国内でデジタルのサービスを提供されなくなります。消費者にとって大きな不利益になりますね。それでも構わないということなのだと思うのですが、私は消費者庁さんのこれまでのやり方というのは、残念ながら消費者の利益に全くつながっていないと思っているので、今回の取組も大変嘆かわしい事態が引き続き発生しまったと。これは今後2年間続くのでしょうか。それは本当に日本にとって恥なので、くれぐれも日本に恥をかかせた張本人であるということをお認めして、一刻も早くこの事態を解消するように努めてください。本当にこういう役所があること自体が僕は悲しいことだと思います。

以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

コメントですけれども、消費者庁様のほうからお願いいたします。

○消費者庁（奥山課長） ありがとうございます。

岩下先生の御意見、私は好きなのですがけれども、まず産業の電子商取引の推進と違うのではないかというところですが、電子商取引であるからこそ、長期継続的役務提供に関しても、初期投資がライトなものに関して、本当に長期の縛りが必要なのかというところは思いとしてはございます。ですから、先ほど申し上げましたけれども、ゾンビ企業をあえて推進するようなものは産業政策上もどうなのかというのは、視点としてはあるべきかとは思いますが。これが消費者政策がどうかというのは、ちょっとずれるとは思いますが。

特商法の中で、圧倒的に経済的に大きいのは通販だというのはおっしゃるとおりです。もう10兆円を超えて、コンビニより売上げの多い産業ですので、これが主たる規制対象だと。

ただ、これに関しても、先ほど立法府での議論と申し上げましたけれども、既に通販規制に関しては、次の規制強化について先週も先々週もその前の週も、既に国会で論点として上がっている状態です。

逆に、申し上げておきたいのですが、もっと振興すべきではないかという御議論をいただけていないのも事実なのです。その中で、我々政策をするという位置にありまして、経産省に帰ったら覚えておけよと、私は帰れるとは思っていないのですが、もう10年ほど外ばかりいますので。ただ、今のここの位置づけからすると、今回、デジタル原則ということで、例外なく全取引類型に関して、相当けしからん取引類型も含めて、デジタル化の風穴を何とか開けたのです。これは本当に何とか開いたのですよ。

その過程において、ちょっと見た目どうなのという、いろいろなくびきはあるというのはそうなのですが、それに関しても、できるだけお客さんにとっては煩雑さが少ないというフィロソフィーの下で何とか規制として最後成立をさせたというところがあります。

契約自由の原則とデジタル原則の話がございました。契約自由の原則は、もう民法上で明確に打ち出されておる原則ですので、これはなかなか重いものだろうというのはございます。だからといって、デジタル原則が軽いというつもりもなく、何とか全取引類型について道を今回は開いておまして、見直しは2年後と5年後、既にもう2回指定されておりますので、そのときに、やってみていかに愚かだったかというような結果であれば、もちろん見直す理由になってこようと思います。

もう一つ申し上げておきますと、割と上位のレイヤーで書面原則みたいなところは法律で書き込まれていますけれども、そんなに上位のレイヤーまで駆け上らなくても、いろいろなアジャストメントができるようにはなっております。

それから、メタバースのお話もいただきました。これは当然課題だと思いますが、これは特商法の悩ましいところで、被害が出て、後追いでどんどん建て増しをしてきた法律になっておりますので、田舎の温泉旅館みたいな分かりにくい構造にはなっております。

れども、その際の画面サイズですけれども、本質は消費者にいかに関わるかだと思っておりますので、そここのところで考えていくのだろうなど。実質的に4.5インチの画面と同じぐらい伝わるのであれば、当然網膜に投射するためのデバイスは物すごく小さいのでしょうかけれども、それは一概に否定するものにはしないのだろうと考えております。

ありがとうございます。

○菅原座長 ありがとうございます。

岩下委員、コメントがございましたら、どうぞ。

○岩下委員 経産省に帰ってからどんな目に遭うかという話は僕は知りませんが、最後の部分で、メタバースのメタクエストが3インチない件については、それは実質ですとおっしゃるのですが、実質と読めるのですか。これはどう考えたって4.5インチという数字が書いてありますよね。4.5インチなかったら駄目でしょう。そういう意味では、メタバースの役務提供は全てこの規制に類するとしないと、僕が弁護士だったらメタバースの企業に、こんな特商法の規定がありますけれども言われたら、それはそういうアドバイスしますよ。だって、それは分からないもん。それは、メタクエストで見れば、実質100インチぐらいのものに見えるのですけれども、画面サイズと言われたら3インチないですよ。

明らかにないものを4.5インチ規制をクリアしていますなんて言えないでしょう。僕が弁護士だったらそんなことをメタバース企業に推奨しませんので、だったら、4.5インチ、ただし、こういう場合はこの規制から除外するとか、そういうふうに書いてあるのだったら話は別けれども、4.5インチと書いてありますよね。

そういう意味で、消費者庁さんは後で我々が恣意的にルールを解釈するから、好きなように、これは大丈夫なのだということがすごく多いのだけれども、そういう恣意的な行政官庁の自分勝手な解釈で規制を恣意的にやるということを避けるために、様々な規制がなされているのだと思います。

そういうことからすると、今回のもろもろの議論で、対象となる業務に対する対策も我々は一生懸命やったのだと言うのだけれども、正直、こんな世界に例のない恥ずかしいルールを入れて、デジタル原則に背馳する先例をつくるぐらいだったら、やらないほうがよかったです。全部書面だというふうになっていたほうがまだましですよ。それをデジタル化に対応しましたみたいな顔をしないでください。あなたたちはしているのですから。デジタル化の害になっているわけです。それをしっかり認識した上で、もうこれ自体は6月に施行されるのでしょから、残念ながら日本にとってとてもまずいことをしましたねと。それは後々、大変禍根を残すでしょう。そういう禍根を残すことをやってしまったのだけれども、その責任は全て消費者庁さんが取ってくださいねというのが私のコメントです。

私からは以上です。ありがとうございました。

○菅原座長 ありがとうございます。

○消費者庁（奥山課長） ちょっとだけすみません。

メタバースのバーチャルグラスの件ですけれども、あれは将来、省令なりを見直すとするればという将来の話と今の規制を交ぜました。将来そういう御要望をいただければ、実質的なところできちんと変えていきたいと思えます。

○岩下委員 つまり、現時点では、メタクエストを使った取引は、4.5インチ規制で、4.5インチないのだから、メタクエストをインターフェースとして使った場合は、今回の特商法の規制上の4.5インチの条件を満たしていないので、役務提供取引には使ってはいけないという理解でよろしいですか。

○消費者庁（奥山課長） 今、御要望をいただけていないので、それがどういうふうか今の条文との関係で解釈できるのかというのは分かりませんし、現時点ではそこに関する解釈もございません。

○岩下委員 分かりました。

今おっしゃったのは、4.5インチ規制というのを、メタクエスト2とか、その辺に対して適用するのではないかという議論について、それは実質ですとおっしゃったのは、それは実質に将来規制改正によってなるかもしれないと。

ただ、今度規制改正をするときには、実質でという議論にして、実質4.5インチということと言わないで、もう4.5インチ規制自体はやめたほうがいいですよ。世界に例を見ない、本当にまずい規制だと思います。

これは将来に禍根を残すことが既に確定しているので、ずっと様々な形で、こんな愚かな規制が日本に入れられたということが世界で嘲笑されるのがもう確定してしまったので、私はとても悲しいです。

以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

それでは、先に進めさせていただきます。

戸田専門委員、どうぞ。

○戸田専門委員 ありがとうございます。

消費者庁様の御説明だと、立法府で決めたことなので、消費者被害の防止に資するかどうかというのはよく分からないけれども、取りあえずやるというお話だと思うのですけれども、実は2年後の見直しに向けて、実際に消費者被害が有効に防止できたかどうかという検証は消費者庁様で行われないのでしょうか。やるのだとすると、因果関係をどうやって立証されていくのかというのがよく分からないところなので、御説明いただければと思います。

もう一点、ゾンビ企業という話がよく出てきたのですけれども、どういったラインがゾンビ企業になり得るのかというのは定義をされておられるのかということと、会計上の規制みたいなものをかけるおつもりはないのでしょうか。

以上2点をよろしく申し上げます。

○菅原座長 消費者庁様、どうぞ。

○消費者庁（奥山課長） ありがとうございます。

因果関係ですが、取りあえずは施行後2年間において、電子交付を原因とした何らかの消費者被害が出ているかという状況を見るというのがまずは一義的に想定されている見直しのための材料でございます。

それから、ゾンビ企業はなかなか定義が難しいですけれども、事業自体の収支だけを見ると、収益が出ていないにもかかわらず、多額の前受金なりを売上げに計上してしまうところもありますので、見かけは黒字でも実態は赤字というのもあり得ると思いますので、どういうふうな会計処理をしているかというところにもよってくると思います。

それを防止するような立てつけというのが、消費者法の範疇で消費者と事業者の間の取引を規制するのが我々の法律の限界というか、その結界ですので、それがあり得るのかという話になっていくのかなと思います。

ただ、そこもあまり厳密にしてしまうと、スタートアップのうちに収益がしっかり載っている会社なんてなかなかないでしょうし、一概にはいかないのではないかなという気はします。

○菅原座長 戸田専門委員、コメントをどうぞ。

○戸田専門委員 一概にはいかないというのは分かるのですが、そういったもののデータを集めて分析すれば、こういった要素があれば被害につながり得るのかといったことは分析可能だと思いますので、そういったところを御検討いただけないかなというのがお願いでございます。ゾンビだからまずいのではないのというような一般論だけお示しされても、被害は一向になくならないのではないかと思いますので、データを集めていただいて、それを解析していくということをぜひやっていただきたいなと思います。

以上です。

○菅原座長 消費者庁様、どうぞ。

○消費者庁（奥山課長） まず、経理状況を全部我々が出させて、それからということになってきますかね。健全な会社とそうでない会社といろいろなデータを食わせてみて判別していくというのが今風なやり方になっていくのかなと思うのですが、はいすぐやりますと言えるほどの、どうやればいいかは分かるのですが、今、いろいろな法律の制約とか、情報の制約とかでなかなか難しいなという気がいたします。

すいません、いいお返事ではないのですが。

○菅原座長 ありがとうございます。

戸田専門委員、よろしいですか。

○戸田専門委員 御検討いただければと思います。

以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

続きまして、瀧専門委員、お願いいたします。

○瀧専門委員 ありがとうございます。

このトピックはずっと関わっているのですけれども、本当に意味が分からなくて、いつにも増して自分の意見がぼろぼろになるのですね。

まず一つは、同意を得ているとか、そういう状況を画面上で確認するとかを設備みたいなもので規制していくことは、先ほどの岩下先生のゴーグルが一番分かりやすいですけれども、これを2年置きに改正する流れに乗せていくことはすごく大変でしょうねというのと、戸田専門委員の表現にもありましたように、よくないサービスを定義しなければいけないとか、世の中でよくないものとか同意を得られていることに対して、後追いで規制要望を上げて、2年置き見直しに入れていくということをこの話は延々とやってくしかないのだろうなと思っています。

特にデジタルというのは、私の会社も11年前に起業してから、当初はパソコンのソフトとしてやっていたのですけれども、当然すぐにアプリがメインになって、今後私たちは全部チャットに置き換えられるのではないかと、そういう議論をしている世界なのですよね。

その中で同意とかは、受け取る側も社会からの見方もふわっとさせておくしかないという部分がどうしてもある中で、形式を入れないといけないという戦に、この議論を詰めれば詰めるほど行くのだと思っています。ゆえに、今日は新経連さんのトピックに、チームジャパンでもちゃんと答えていくことができないのであれば、2年後にもう制度をなくしたほうがいいのか、見直さないと、もっとつらい会議を1～2年後にしなくてはいけなくなるということなのだと思っています。以上でございます。

○菅原座長 ありがとうございます。

コメントに対して、消費者庁様、もしコメントございましたらどうぞ。

○消費者庁（奥山課長） 大変ありがとうございます。

我々もいろいろなところにくさびが打ってあったり、くびきがある中で何ができるのだろうというのを悩みながら制度設計をしてまいりまして、瀧先生からも、頭の中での葛藤も飲み込んだ上でコメントいただいて大変ありがたいと思います。

実際に、画面の話とかは状況を見ながら変えていかなければいけないのだろうというのはございますが、逆に、私どもは今、規制改革会議さんから大きな方向性を持った御意見いただいていますけれども、全く違う方向性からふだんプレッシャーを受けている立場でありまして、その中で、先ほど真淵からも申し上げましたけれども、法が制定されて以降は十数回見直しをしているのですけれども、この法律はずっと規制強化で来ているのですよね。それが物語っていると思うのです。この論点の置かれた構図というのですかね。国会の議論もしかりですけれども、こういう消費者問題がある、どうやって保護を図るのだ、そういう論点でのプレッシャーにずっとさらされている組織であって、その中で何が見直しを契機にしてできるのか、また見直しの議論の場をオープンにすると圧倒的になだれ込んでくるのは、もっと強化してこんな困った事例を何とかしようよという声でしかないわけですよね。

それが、場の設定が問題だと言われれば、それはその部分もあるのでしょうけれども、ただ、場には新経連さんも経団連さんも来ていただいていたたり、もっと業に特化した団体も入っていただいているのですけれども、圧倒的に一方向の議論になっていくというのがありまして、私も取り止めがなくなってしまうので、この辺にします。すいません。

○菅原座長 ありがとうございます。

一通り質問、御意見をいただいてから、最後にまたしたいと思います。

新経済連盟の片岡様、どうぞ。

○新経済連盟（片岡氏） ちょっとだけ申し上げておきたいのが、先ほどそもそも特定継続的役務提供というのが悪のジャンルなのだと言われた気がしたのですけれども、今の規定では2月を超える計5万円を超える契約というのが対象になっておりまして、今の論理で言ってしまうと、2か月を超えて計5万円を超えるカリキュラムは悪だと言われてしまっていて、悪なのでオンラインのサービスは諦めてくださいと言われた気がしたのですが、そんなことはないと思うのですね。

私もかつて英会話教室に通ったことがありますけれども、お金をかけて長いスパンでしっかり学んでいこうと思う人は全国にたくさんいるはずで、その方々に、本来だったら利便性が高く提供できるサービスが規制の壁によって提供できないというのは悲しいことだと思っています。

とはいえ、悪のところがあるのであれば、電子化によって何を心配しているのかというのをもう少しちゃんと分析をして、そこにどう対処するかというのをしっかり考えた上で見直しをしていただきたいと思っています。

例えば、読みにくいのではないかとということを心配するのであれば、これは検討会でもありましたけれども、印刷できるようにすればいいのではないかと、拡大すればいいのではないかと、あるいは読み上げ機能などもあります。デジタルの力を使っていろいろなことができますので、例えばそういうことができるように、代替できるようにするというのを条件にするのもあります。

そもそもオンラインに慣れていない人に無理やり電子交付を進めるのがよくないのではないかとということを心配しているのであれば、そういうシチュエーションを禁止する。あるいは、オンラインで事前に自分で予約をしてくるような人というのは、画面が見づらいという場合は恐らく申込みできないでしょうから、そういったことを条件につけるとか、心配していることに対して適切な規制にさせていただいて、問題となる部分に適切に対処できるような規制にさせていただきたい。

できる限り最終的にもうとにかく面倒くさくして、ハードルを上げるのだ、一部の事業者が悪くて、それ以外がそうではないとしても、全員に対してそうするのだという、面倒くさくするのを解にしないように見直しをぜひお願いしたいと思っております。

以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

消費者庁様 どうぞ。

○消費者庁（奥山課長） ありがとうございます。

1年のカリキュラムであっても、特定継続的役務提供にならないものは十分にあります。消費者に2か月分5万円以上の債務を強要しない形であればというのが一般的に申し上げられるかと思います。

ですから、よくあります普通の習い事のように、毎月月謝を払います、当然カリキュラムは1年なり、2年なり、もっと長いコースもあるのですけれども、月謝制でやめたいときはいつでもやめていいですよということであれば、これは特役の規制は入らない。

ただ、いろいろな悪いことを考える人がいて、解約金は実は50万円とか、入会金が50万円と言ってやめるハードルを上げる方法もありますし、そういう2か月5万以上というところを超えて債務を負わざるを得ないような取引形態にしなければ、特役にはならないとお考えいただければと思います。

○新経済連盟（片岡氏） それは電子か対面かの話ではないと思っています。

○消費者庁（奥山課長） 電子か対面かの話に関しては、これも特役の話というよりは、今の電子のオンライン英会話でどんなプレーヤーがいるかというのを見ますと、2か月5万円のくびきがあるからこそ、それより短くて少額の業者がかなりいるなというのはつかんでいます。ですので、ここを緩めると、もうちょっと消費者からたくさんお金を取った上で、実の伴わないことをやって逃げようというのはさらに広がるのだらうなというのはあります。

それから、コロナで外出ができなかったことから、オンライン英会話は相当増えまして、海外の事業者もここ3年ぐらいとても増えて、相当淘汰されて種々累々の状況にある。そういう市場がさっとできて、さっと悪いやつが淘汰されて、最後にいいサービスが残るといのは、ビジネスモデルとして悪いものがさっさと市場から退場せざるを得ないような仕組みになっているほうが健全な淘汰がしっかり起きるのだらうなと思います。

特に、電子の場合は、英会話学校、ハードウェアを持って立ち上げるのに比べると、初期投資も少ないですので、そういう長期の縛りをする必然性はむしろ少ないのではないかというビジネスモデルとしては見ております。

○菅原座長 片岡様、どうぞ。

○新経済連盟（片岡氏） 結局、オンラインの2か月を超える計5万円のカリキュラムを諦めなさいと言われたと認識しました。非常に残念ですし、いろいろな事業者が増えることは悪であるというふうにも聞こえました。

しかし、消費者の観点からすると、多様なサービスが出てくるのが重要でして、多様なサービスをデジタルを活用してやるときに、紙を送らなければいけないというハードルがお互いにあるために、それ以上、そのサービスが広がらないという状況が恐らく生じていた、今もいると思います。それは事業者も言うておりました。短期間とか月謝制が多いのは、その紙のハードルを跳び越えるというところに、お互いに煩雑であるために、で

はライトなものだけでもということ展開している。サービスの幅が狭まっているので
すね。

もちろん悪意のある事業者を何とかしたいという思いは理解しますが、そこにだけ
着目して、サービスの多様性、消費者にとってよりよいサービスを提供しようという思
いをくじくのはやめていただきたい。悪質なところを規制するのはもちろんいいと思
いますが、それは電子交付か紙交付かの違いとは関係のないところであるはずで
すので、デジタルを活用していかに多様なサービスを消費者に届けるかという観点もぜひ持
った上で、見直しをしていただければと思っています。

もし、5万円を超える、2か月を超えるサービスは悪なのだというのであれば、もうオ
ンラインかどうにかかわらず全部やめてしまえばいいと思いますが、消費者の生活は豊
かではなくなるでしょうと思いました。

以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

トータルで別に100万円になろうが、2年間であろうが、支払いが月謝制であって、かつ
途中でやめる自由があれば何の制約もありませんので、携帯電話もそうですけれども、い
わゆる2年縛りというのをやめるというような議論もほかの分野でもあるがごとくでして、
2年縛ってあらかじめ消費者に100万円払わせないとできないサービスというのがどれだ
けの価値があるのかというのは疑問だと思います。

○新経済連盟（片岡氏） 何度も申し上げますが、今の規制では2月を超える計5万円を
超えるものが対象になっております。100万円とか1年が問題なのであれば、そこに着目す
ればいいと思っています。

以上です。

○消費者庁（奥山課長） ですので、2月5万円を最終的に超えるものであっても、月々
の消費者の負担、かついつでもやめる自由がある、そのときにペナルティが課されていな
いというのであれば、今でも特定継続的役務提供の規制を受けずにすることができるとい
うことは改めて申し上げておきます。

○菅原座長 この議論を続けていてもらちが明かないようなので、次に続けたいと思いま
すが、消費者保護を図るということは、消費者庁様も、ここの委員の方、新経連の方、皆
さん、これを前提にするのは同じなのですが、そのやり方や方向性を間違えて、消
費者の例えば手続の煩雑性を高めたり、かえって利益を損ねるということとか、規制の方
向性が違ってくると、むしろ健全な市場をゆがめてしまうところになっていって、
デジタル技術の発展を阻害する可能性がすごく高い、危険を持っているという認識を持っ
ていただくことが必要なのではないかなとこれまでの議論を伺って思いました。

質問を続けますので、お願いします。

杉本座長代理、住田専門委員、続けて質問ください。

○杉本座長代理 ありがとうございます。

これまでの議論をお聞きして、ビジネスモデルや取引の在り方についてのお話と、皆様が御指摘されているとおり、紙で契約するべきか、デジタルなのかというところは全く関係のないところで、先ほどの議論の応酬も、やはりビジネスモデルがどうあるべきかという取引に関する規制をどう考えていくべきかの話であるように感じられますので、まずそこを明確に分けて考えなければいけないのではないかと、これまでの議論をお聞きして強く思っているところです。

それと同じように、先ほどからゾンビ企業を推奨するようなものになるのではないかと、言葉も何度か出ていましたけれども、この部分もゾンビ企業を生んでしまうような取引をきちんと規制しなければいけないという問題になるので、やはりデジタルか紙かという話とは別の話なのではないかと思っておりますので、その部分の取引の在り方というものをきちんと検討するところと、デジタルか紙かを検討する部分をごっちゃにして考えると問題点が不明確になってしまうのではないかなと、これまでの議論をお聞きして感じたところです。これは意見です。

次に、では、デジタルなのか、紙なのかというときに、新経連さんが今日御提示くださった政省令が示す電子交付のルールの中には、電子交付に承諾をしない場合は紙で交付をするという旨が施行規則にも出されているということは提示されているわけですがけれども、なので電子で契約をすることに不安がある人には紙で対応することができますということがあるので、そうすると、紙で契約をする人とデジタルで契約ができる人というふうに変換肢を提示することが今回必要なのではないかと思います。

今の御提案されている内容は、結局、高齢者などデジタルに不安がある人がデジタルで契約をするということになったときに、どのような問題が起こるだろうか、それを予防するにはどうしたらいいだろうかみたいな視点が入っている内容になっているのではないかなと思うのですが、そういう方は恐らく紙で契約をすることを今後も望むであろうと思いますので、そうすると、デジタルのほうが、若い世代はもうみんなスマホで何でもしますので、これからの若い世代に対するサービスの提供をより利便性を高めるようにするためには、電子的にデジタル化を図ることが避けられない中で、若い世代、紙よりもデジタルを望む人が契約をしやすいうようにするためにデジタル化を図らなければいけないと思うのです。

紙のほうがいいような方が仮にデジタルになったときに、どういうことを予防しなければいけないかという視点が入り過ぎて、結局中途半端な内容になってしまっていると思うので、裁判手続のデジタル化についても、オンライン診療の話をするときにも、あくまで変換肢を提示するとき、紙なのか、デジタルなのか、今後、デジタルで契約ができるということが変換肢として提示されるとき、デジタルを望む人が使いやすいような電子交付のルールを考えるべきであるように思います。

なので、電子交付を望む人のための利便性を考える必要があると思うのですが、その点についてはいかがでしょうか。あくまで変換肢としてデジタルを望む人に対しての

利便性を向上するためのルールを考えるべきではないかということなのではけれども、その点に関するお考えをお聞かせいただければと思います。

○菅原座長 続けて、住田専門委員、お願いします。

○住田専門委員 ありがとうございます。

私は、今杉本先生がおっしゃったのとほぼ同じ内容になりますので簡単にお伝えしますと、私も紙とデジタルという話と、守るべきものが何で、それが法律の中でどう書かれているかというところの話がごっちゃになっているところはあると思いますので、まずそこは分けて話をしたほうがいいのかないかなというところがあります。

まず守るべきものが何なのかという条件を出していただいて、それに対して、今ではこうやっています、デジタルになったらそこがこうなりますという整理をしっかりといただいて、それが妥当かどうかという判断をするべきではないかなと思っています。

片岡さんもおっしゃっていたところで、デジタルと紙の話でいうと、当然紙とデジタルで全く同じというわけにはいかないですけれども、よくあるのがデジタル化をするときに、そっちのほうが規制が厳しくなるみたいな話があるのですけれども、それはやはりおかしな話かなと思いますので、しっかり守らなくてはいけないものは何で、それに対して何をすべきかというところで、さっきの話の中でもありますけれども、デジタルだと例えば動画でお伝えするとか読み上げるみたいな、よりユーザーの方が自分たちはこれがいいというのが選べるとか、それを実際に提供できるというところもありますので、そういう利便性をより活用するというところでいうと、プラスのところも結構あると思うのですよね。そういうところをよりちゃんと見ていただきたいかなと思っていますということで、御意見としてはほぼ同じということでお伝えしたいと思います。

その上で、今日いろいろお話をデジタル庁様のほうにも聞いていただいているということなので、もしデジタル庁様のほうからも何か御意見があればいただければと思います。

以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

それでは、まず消費者庁様のほうから回答をいただいて、その後、デジタル庁様のほうからもコメントいただきたいと思います。

○消費者庁（奥山課長） ありがとうございます。

まさに御指摘いただいたとおり、今回一番大きな議論になったのは、デジタルを望まない人をいかに守るかというところが一番強い力として、議論の推進力としてはありました。ですので、フラットにどっちがいいかというのを意思判断していただけるようにということで、例えば金銭面での差をつけて影響するのも禁止にしとくのだろうというような議論が出てきたというところがあります。

デジタルが大して得意ではないから、それから若い人でデジタル技術は一通り使えるのだけれども、もらったデータを十分に生かせない人の議論というものも交ざってきたりして、そういう意味で、紙のほうが一読はするし、安全なんじゃないのと、前提的にそういう思

想が入った御意見が強く出ていたなというのは議論の過程では確かにあったと思います。

その上で2つありまして、だから消費者がフラットにしっかり決定できる視点と、あとは、これもどうしても入ってきたのは、事業者がデジタルを消費者に強要するインセンティブもあまりないほうがいいのではないのかなという思想が入っているからこそ、事業者にとっては結構な手間が残っているという仕上がりなのだと思います。

ただ、もう少し途中の経過の議論を御紹介しますと、実際に議論であったのは、高齢者に関してはデジタル交付をするにしても承諾は書面で示して、書面に同意をいただいてやるべきだろうなんていう御意見も大真面目に出てまいりましたし、第三者の関与に関しましても、お年寄りが自分からデジタルが欲しいなんて本心で言うのは想定し難いというような前提もありましたし、思考力・判断力が鈍っている方、思考力・判断力はあるけれども、なかなか熟慮をしてくれない人をどうやって守ったらいいのだろうねという中で、本来目的を達成するものがないから残っているようなものもあると思いますが、繰り返しですけれども、実態を見ながら、実際にデジタルを悪用した被害が出るのか出ないのかというのは、2年もすれば明確に出てきますので、それに照らして本当に有効な規制は何なのかなというのを見直していくしかないのかなと。

とにかく今回はまずは穴を開けましたというところでしかなくて、その穴の形が悪いというのは岩下先生からさんざん御指摘はいただいておりますけれども、ああいったものをあとはどうするかというのは引き続き考えていかななくてはいけないと理解をしております。
○菅原座長 ありがとうございます。

○杉本座長代理 それまでの議論の途中経過というのは非常によく分かりまして、実際に裁判手続のデジタル化をするときも、同じように本人訴訟するような人がきちんと裁判手続に参加できるようにするためにということをするべく議論をしたのですが、それは結局、これから全員電子です、それを強制します、義務化ですという議論になると、義務化の中でそういうことが不安な方をどういうふうにするのかという話をきちんと慎重に検討する必要があると思うのです。

結局、裁判手続も本人訴訟についてはデジタル義務化を外していますし、紙でやりたい人は紙でやれるのですという制度にしている、諸外国などを見ても、強制をしていないところがとても多いので、今回に関しても今懸念されたような事案には、特に高齢者の場合には、それでも電子でお願いしますという人は恐らく出てこなくて、今後もそういう方に対して紙でこれまでどおりのやり方でやるようになるのだと思うのですが、そうではなく、紙はもう嫌です、デジタルのほうがいいのですという人が使いやすいように、そこはもう割り切って、デジタルを望む人のための制度を今後は、みんなをデジタルに取り込んでいくのではなくて、どっちが使いやすいですかという選択肢を提示できるような視点というもののある種割り切りが必要なのではないかなと思いました。

以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

どうぞ、消費者庁様。

○消費者庁（奥山課長） ありがとうございます。

割としっかりと成熟した判断力・思考力を持った大人だけでマーケットが形成されていれば、恐らくそういう議論になるのですけれども、我々の世界で議論をしますと必ず出てくるのが弱者たる消費者と、絵に描いたような悪質な事業者ですね。デジタルの特性をむしろ悪用しようとする。紙の契約書であれば、お盆やお正月に親族が家に来たときに、「何これ」と目につくだろう。そういう存在が全くなくなるとは困るから、控えは1枚だけ紙で残そうと。デジタルデバイスはパーソナルですから、他人が見ようとしてもそう簡単に見れるものではないというのを何とか代替するものが1個要るだろうと。

これは、特定継続的役務提供だけはそれはもう外しましょうと言って、それも含めてデジタルにできるようにはしましたが、そんな視点からの議論がありまして、確かに高齢者が多くて、そこからふんだくってやろうという悪質な業者もあって、それが前提にあってこんな議論になっておるとい実情でございます。

○菅原座長 住田専門委員、追加でございますか。

○住田専門委員 大丈夫です。デジタル庁様からお伺いできれば大丈夫です。

○菅原座長 では、デジタル庁様、お願いいたします。

○デジタル庁（菅原次長） デジタル庁でございます。

住田先生の御質問に対する答えになっているかどうかは分かりませんが、デジタル原則の観点からしますと、デジタルであるか、書面・対面であるかといったことにかかわらず、両方平等に扱うことが基本だと考えているところでございます。

せっかく発言の機会をいただきましたので、デジタル庁として、今回の論点の2-(1)で画面サイズの下限規制等の話がございましたけれども、これに関しましては省令の改正の前に、消費者庁さんから書面の電磁的交付の際の画面サイズ等に関しまして意見を求められたことがございました。

その際、デジタル臨時行政調査会事務局としましては、デジタル原則の整合性の観点から、まず一つはデジタル完結・自動化原則に照らせば、基本的に書面の電磁的交付を広く認めるべきであるということ。2つ目に、本件の電磁的交付に関しましては、本人の同意を前提にしているということでございますので、スマートフォン等であっても拡大機能等によって書面の内容を問題なく把握することができるということから、書面と同様の大きさでないといけないとか、レイアウトでなければいけないといったものの交付を前提とする必要はないのではないかという意見を申し上げたところでございます。その上で、消費者庁さんにおいて、消費者保護の観点を踏まえて、画面サイズ等について下限規制を設けたものだという理解をいたしております。

デジタル庁としては、どの程度の画面サイズだったら消費者被害が発生するとか発生しないといったことについて判断できるわけではありませんし、そういう立場にはないと思っておりますけれども、消費者庁さんからいただいた資料の中に消費者委員会の意見があります

が、ここでは消費者被害について把握し、法施行前後で比較を含めた分析を行い、その結果を踏まえて必要に応じて見直しを含め検討することと書かれておりますので、これは消費者保護に欠けるところがないということであれば、画面サイズの引上げないしは撤廃といったことも検討することは排除されていないのではないかなと思いますので、デジタル庁としては見直しの際に、デジタル原則との整合性の観点からはニュートラルに検討されるべきではないかと思っていますところでございます。

以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

住田専門委員、よろしいですか。

○住田専門委員 ありがとうございます。

今おっしゃっていただいたみたいに、デジタル庁様に御意見を聞かれて、それを受けてもこの決定をされているというところで、専門家の意見はしっかり聞き入れていただけるようなことは今後進めていっていただきたいなと思っています。

でも、一旦分析していただいて見直すということは言っていただいていますので、早めの見直しをお願いしたいと思います。

以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

どうぞ、消費者庁さん。

○消費者庁（奥山課長） 少しだけ補足しますと、デジ庁さんから御意見をいただいて、最初、仕上がりの案では画面サイズはA4サイズ相当、11インチということ、国民の大多数が持っているスマホで文字の拡大機能が使えるデバイスということで、スマホサイズまで下限は広げた。これも一生懸命広げたということでございます。

○住田専門委員 ありがとうございます。承知いたしました。

○菅原座長 それではお待たせしました。落合専門委員、お願いします。

○落合専門委員 ありがとうございます。

全体として、できるように整理されたとおっしゃっていただいておりますが、できるようにしていないというのが、ここまでの皆さんの意見だと思います。そもそもできるようにしたという御説明自体が違うかと思っています。

その上で、何点かお伺いしていきたいと思います。岩下先生がおっしゃられた中で、印象操作的にされているのではないかという点は、私も最初の表題の部分を見て思ったところです。この部分を書かれているのが、特商法の第1条を引用している箇所だと思いますが、特商法の1条の条文を見ると、ここに「保護することにあります」と書いてあって「そのため」というふうにつないであります。 「あわせて商品等の流通及び役務の提供を適正かつ円滑にし、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする」と書かれていますので、ここで消費者保護のところだけを切り出して御説明をされているのは誤りで、違うと思います。

基本的に、先ほどまで御説明されていた中では、そういった事業をできなくするようにすることがこの法律の目的ですとおっしゃっていました。しかし、これは第1条で切り取って説明されている点が、端的に法の理解を誤って運用されているのではないかという疑念につながるように思われます。この部分については、その後のいろいろな議論もそうなのですが、そもそも説明として御都合がよいように切り取られているというか、御自身で御調整できる範囲でいろいろ振る舞えるように、バッファーを持って都合よく切り取りをして議論されているのではないかという疑いが極めて強いと思います。

そういった意味では、全体として取組の仕方という部分については、もともと法令自体があつて、それを運用する立場のはずですので、そういう観点に立ち戻ってしっかり議論していただきたいということがまず大前提として1つ目です。

2つ目としまして、御説明の中で、例えばオンライン型で初期投資が最小化されるビジネスモデルについて、利便性の名の下にどれだけ庇護すべきなのかという視点も併せて消費者委員会の意見を踏まえ検討したいということではあります。しかし、指導されるようなものでもないというか、基本的に規制されているだけだと思うので、プロモーションも何もないので、これもまたいろいろな御説明と著しく矛盾しているように思います。

基本的には規制されていかれるということだと思うので、その内容が適切な内容ではないと駄目なのではないかということだと思いますので、御説明内容がそもそも不適切であるうと思います。

第3点としましては、問題の1-(1)の回答で、新たな消費者被害が発生していますという御指摘がありますが、最初の4回だけ有料、それ以降は無料のフォローアップと装うことによって、5回目以降の解約に伴う払戻しが発生しないようにするなどという事項を引いてあります。しかし、これは書面なのか電子なのかということではなくて、これに対して対応するのであれば、内容規制をしていただくなり、ほかの手法で規制しないと対応できないことだと思います。

なぜ書面の電子化の類いでこういった御説明をされるかが全く理解できないというか、全くもって余事記載をされているように思いますので、この点については回答を是正されることはないのでしょうかというのが第3点目です。

第4点目としては、国会、消費者委員会のほうからいろいろ言われているので、そのとおりに直さないといけないという御説明がありました。もちろん国会や消費者委員会から指摘があったことについて考慮して検討されることはそのとおりだと思いますが、先ほどの消費者契約法の1条で申し上げた点とも重なってくると思いますが、そもそも個別具体的に、例えば4.5インチという部分については具体的に指示がされているのでしょうか。

11インチを4.5インチに直されたとお話をされましたが、そうできるのであれば、例えば11インチを3インチや2インチにできるのではないのでしょうか。そこも先ほど岩下先生がおっしゃられましたが、そういうふうに調整できるような余地はそもそも残されているのであって、個別具体的に今回の規制の内容について、完全に縛られた意見が出ているので

修正の余地が全くない、もしくは法律の条文自体がこのように国会で修正されたので、その部分はさすがに政省令以下で反することは書けませんとか、そういった具体的な根拠、既に裁量がないということが、個別具体の新たに設けられた規制の中で、一対一対応でどのように言えるのかをしっかりと示していただく必要があると思います。

これは恐らくできないのではないかと思います、というのは、意見を言われたといっても、どの会議体も結局細かい内容を全部詰め切る時間はないと思いますので、そうするとあくまで行政庁が具体的な作り込みをしなければならないのではないのでしょうか。附帯決議のときに全部政省令の案文まで示されたということであれば話は別論かもしれませんが、そういうことではないと思いますので、この部分は御説明ができないのではないかと思います、いかがでしょうか。

取りあえずまず4点をお願いいたします。

○菅原座長 それでは、消費者庁様、お願いいたします。

○消費者庁（奥山課長） ありがとうございます。

まず最初の法目的の件です。これは恐らく哲学論争にもなるのでしようけれども、こちらの考え方としては、悪質事業者に流れるお金が健全な事業者に流れることをもって取引が健全化して良質な経済発展が起こるという考え方ですので、何ら矛盾はないと考えております。

2点目をもう一度お願いできましたら。

○落合専門委員 まず1点目についてコメントさせていただきますと、最終的に国民経済の健全な発展に寄与すること自体はそれでいいのですが、その具体的経過がどうかはともかくとして、一部だけ切り取って、先ほどの通信販売の点も、あえて法の条文から省略されております。ほかの類型も全部書かれていて、訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売という一番取り締まりたいと思うところだけを書かれていることや、今の部分だけを切り取って、元の資料まで当たらない方が大半だと思うので、こういうものかと思わせてしまうことをやられていることがどうなのかということですので、解釈がどうこうではなくて、切り取り方がおかしいのではないかとということです。こちらはいかがでしょうか。

○菅原座長 消費者庁さん。

○消費者庁（奥山課長） 切り取り方はいろいろだと思いますけれども、実際、議論の過程で念頭に置かれた取引形態を主なものからお示ししているところでございます。そういう事業者を念頭に置きながら議論がなされているということです。

ですから、例えば訪問販売であっても、目の前に相手がいるのにあえてデジタルで交付して、それで相手を読まない、後で確かめようと思っても分からないというような状態に陥れようという人が現れるときに、ではどうするのだよと言って制度設計がなされているというところでございます。

○落合専門委員 ありがとうございます。

この点はこれ以上の議論は避けておきますが、一部だけ示してという手法は、今、消費

者庁さんがまさしく、その悪質事業者と言われる事業者と同じことをやられたと思いますので、こういうことはないようにしましょうということだと思います。

2点目の御質問は、そもそも庇護するべきという点について議論をさせていただいたものですので、そちらについて御回答をお願いいたします。

○消費者庁（奥山課長） 分かりました。

庇護というのは、結果的に規制の程度が強弱ありますので、規制が弱まることをもって庇護するという表現になっているかと思います。ですので、あまり正確ではないということであれば、ここはパラフレーズできると思います。

それから、3点目ですけれども、新たな消費者被害というのが電子が関係するののかという視点だったと思いますけれども、そもそも電子で一括してネット上でビジネスが成立するようになるということで、こうしたいろいろな悪用の手段が容易かつ迅速に行えるようになるというのが懸念点として挙げられたところでございます。

4点目ですけれども、4.5インチって根拠は何なのだといいるところですけれども、これは国会の附帯決議にありました書面の持つ消費者保護機能をデジタル、電子交付であってもしっかり実現せよというところで、書面の持つ一覧性というのを落とし込む過程で画面の大きさという指摘が発生したところでございます。

○落合専門委員 ありがとうございます。

2点目は、やはり御説明の誤りがあることは認められたということだと思います。ただ、ほかの部分もそういう部分が、先ほどの切り取りの点もそうですが、多々あると思います。

第3点と第4点についてはお答えをいただいているように思っております。具体的な例を挙げておられますが、要するに具体的な例を今までおっしゃられていた言い方からすると、鎮圧したいということであれば、書面か電子かということではなく、むしろ取引内容に着目して、それ自体を規制しなければならないかと思います。なぜ書面か電子かという部分でこのような例を持ち出されたのかが理解できないので、教えていただけないでしょうか。問題がある取引自体を規制することはいいことだと思いますが、今回の論点とは関係ないので、おかしいのではないかと申し上げるものです。いかがでしょうか。

○消費者庁（奥山課長） 先ほども申し上げましたけれども、デジタル技術を活用することによって、消費者が契約締結までに至る手間とか、かける時間、さらにクーリングオフのように消費者保護のために与えられた権利をしっかりと伝達して、熟慮するような過程が事業者にも有利なように作用するのではないのかということも指摘されていますので、そういうものが発生しないような電子交付の在り方は何でしょうねという命題の下で検討がなされたということでございます。

○落合専門委員 要するに、今のお答えだと、10回コースの何とかという例は対面だったらやってもいいということだと伺いました。どうもありがとうございます。

その次に、4つ目の根拠は何なのかは、4.5インチの根拠というのではなくて、国会で言われたこと、消費者委員会で言われたことと、個別のいろいろな条件を付されたこととの

関係性を、個別具体の要件との関係で、全て具体的に指示されたところとの関係性を示していただけないかということです。

○菅原座長 消費者庁様。

○消費者庁（奥山課長） 4番目の点ですけれども、一度去年ですか、論点をいただいて、それにお返事をする過程で、書面の持つ消費者保護機能について、全て分解して示せということでしたので、それはお示しを既にしたものと考えております。

○落合専門委員 また、質問とお答えが全く違うわけですが、国会、消費者委員会から言われたことと今回の修正内容がどう具体的に関係しているのかという御質問ですが、そこはお答えがないということですのでよろしいでしょうか。

○消費者庁（奥山課長） 今回の修正内容というのは何でしょうか。

○落合専門委員 改正内容です。改正というのは、書面の電子化をする場合の条件です。条件をいろいろ、先ほどの4.5インチもそうですし、そのほかいろいろ付されていると思います。

○消費者庁（奥山課長） ですので、それはそもそもの政省令の検討のスタートのときの命題が、国会の附帯決議に応えた制度設計をするにはどうあるべきかということで、全て要因は分解して検討して、それに対応する策を落とし込んで検討しております。ですので、制度設計の前提が国会での御議論とか消費者委員会からの建議にお応えするというのがそもそもの目的でございます。

○落合専門委員 そういう議論にお応えされることはいいと思いますが、具体的にどこまで拘束されていたのかという話です。

○消費者庁（奥山課長） 検討会資料でその辺は整理をしたものがございますので、それは御覧に入られます。

○落合専門委員 それは、それぞれ具体的にどこまで言われたとおりにされたのか、それとも消費者庁さんがどこは御自身で御判断されたのかが分かるような形で、書面で御回答いただければと思います。

長くなりましたが、取りあえず私は以上です。

○菅原座長 それでは、消費者庁様、後日書面にて御提出いただきたいと思います。よろしくお願いたします。

○消費者庁（奥山課長） 今の御指摘ですけれども、政省令の条文を御覧いただくと相当程度ボリュームがありますので、相当程度お時間をいただく話になろうかと思います。

○菅原座長 相当程度ということではありますが、後ほどで結構なので、規制室の事務局のほうと提出方法とか提出の時期を詰めてください。お願いたします。

それでは、戸田専門委員、お願いたします。

○戸田専門委員 細かい点ですけれども、先ほどデジタル庁様が、技術要件と消費者被害者との因果関係というのは証明する立場にないということをはっきりおっしゃっておられました。そうすると、消費者庁様が自ら検証を行うしかないと思うのですけれども、回答

2－（1）と回答3で、消費者被害が有効に防止できないとのデータが得られる場合にはと書いているので、これは表現的には人ごとのように受け取られる可能性がありますので、1年以内に検証を行った上で検討していくといった表現に変えていただいたほうがよろしいかと思えます。

以上でございます。

○菅原座長 ありがとうございます。

消費者庁様、コメントはございますか。

○消費者庁（奥山課長） こちらが、消費者委員会からもこういった趣旨で指摘を受けていることを踏まえての記述でございます。

○菅原座長 戸田専門委員。

○戸田専門委員 消費者庁さんがやるのか、やらないのかという点はいかがでしょうか。

○消費者庁（奥山課長） もとより、2年後見直しというのは法律に書かれておくことでもございますので、これはやるということでございます。

○戸田専門委員 見直しではなくて、効果がはっきりしないもので2年間泳ぐという話になると、消費者被害をある意味放置するということにもなりかねないので、検証というのは速やかに行う必要があると思うのですけれども、その検証を行うかどうかというのはいかがでしょうかという質問です。

○消費者庁（奥山課長） 検証も当然行うと思えますし、2年後に見直そうとすると、大体1年後ぐらいから議論は始めていくことにはなろうと考えられますので、そんなに時間軸的にずれはないと考えております。

○戸田専門委員 分かりました。

技術検証をおやりになるということで理解いたしました。ありがとうございました。

○菅原座長 ありがとうございます。

ほかに御意見ございますか。

では、岩下委員のほうから先にお願いします。

○岩下委員 今の点です。2年後の見直しということで、2年後に見直すときに、消費者保護の効果があつたかどうかというところが基準となっていたようですけれども、新経連さんの先ほどの御説明にもあつたとおり、このルールは事実上デジタル化禁止の政令ですから、これに基づいてデジタル化する事業者はいないと思います。無理やり仕立ててそういうのをつくり上げるのかもしれませんが、私は4.5インチ規制を技術的にどうクリアするか、技術的には興味があるので、事例が発生したらぜひ教えていただきたいのですけれども、実質的には、ビジネス的にはこれに應えることはあり得ないですから、発生しないと思います。

消費者被害は生まれませんから、そうすると発生しなかったことをもって、消費者被害を防止するという観点からは、先ほど消費者保護法の目的規定の前段の目的は実は達成されるのだと思うのですね。日本から車を全てなくしてしまえば交通事故がなくなるでし

ようから、そういう意味では、それは消費者庁さん的にはすばらしいことだと思いますけれども、残念ながら、日本の新たなビジネスを育てるという観点、経済産業省的な観点からは大変誤った政策を消費者庁さんが下してしまったということを、これはいろいろなところで使える限りの手段を使って知らしめていかなければいけない。

2年間、もしかしたらそれ以上は、日本の特商法に絡むような、通信販売も含めて全ての事業者にこういうことをやりかねないのだということを思い知らされたでしょうから、そうだとすると、日本の国内で電子商取引とかデジタル化というのは消費者庁さんの御判断によって見事に粉碎されたということで、残念でしたということになるのだと思います。私はとても悲しいです。

1つ質問です。結果として、ビジネスが発生しなければ消費者被害は発生しないわけですが、だとしたら2年後もこの規制及びこの政令を続けていくことは、消費者庁さん的には合理的だと私は思います。2年後に、この種のデジタル化が全く行われず、被害も発生しなかった場合に見直す理由は何かあるのですか。そこを見直されるロジックというのは、消費者庁さんの中ではあるのでしょうか。あるいは、もう何もなかったからよかったねということで、今のままの規制が未来永劫続くことになるのですか。その見通しについて、ぜひ考え方を教えてください。

○菅原座長 消費者庁様、お願いいたします。

○消費者庁（奥山課長） ありがとうございます。

ぜひ、そのスタンスを担いでくださる方が現れてほしいのです。こういうビジネスをこういう形態でやりたいからという、実ニーズに照らした議論はできていると思っています。

○岩下委員 でも、自分で止めておいたら、それは出てこないですよ。自分で止めているのだから。それは無理ですよ。だから、さすがに日本の企業で、今明示的に禁止されていることをやりたいですということで提案してくる企業なんて滅多にないですよ。

消費者庁さんが止めたのだから、止めたところは新規になかなか現れてこないというか、私自身が事業者だったら少なくとも日本ではそういうサービスをしないですね。海外でやると思います。

○菅原座長 消費者庁さん。

○消費者庁（奥山課長） トートロジー的なのですけれども、我々が逆の検討の場に行くと、デジタル化を進めやがってけしからんということでしかないのですね。逆の場ですと、デジタル化を止めやがってけしからんと。結局、挟まっている状態でしかないのです。

かつ、この場は政府の議論の場でしかない。我々も、規制改革推進室も、内閣の調整権限という対等の高さでしかないのです。我々も一方的に、はいそうですかと承るだけの立場でもないという悩ましい位置づけにあって、規制改革会議に言われたからしようがないのでやりますとも言えないという立場にあって、実際に次の改正に向けて国会での議論も始められているという中で、この規制の在り方をコントロールというか、泳いでいかないといけないゲームの構図にあって、やはりプレーヤーの方が出てこない、被害が増えても

緩和すればいいじゃないか、自由がいいのだよという論者が出てこないに進まない。

○岩下委員 被害を被ってもいいという論者はおよそ出てこないと思いますよ。それは当たり前ですよ。被害は出ちゃいけないのでしょうか。当たり前ですよ。たった一人であっても消費者被害を出すことは許されないというロジックで消費者庁はやっているのでしょうか。そういう意味では、被害が増えても構わないなんて言っている人はまともな事業者にいませんよ。当たり前ですよ。

そうではなくて、この議論を続けている限りは、2年後の見直しとか5年後の見直しとか言っていますけれども、見直されないですよ。それで、世界で恥になるような、消費者庁さんが導入された規制が未来永劫続くことになると思います。

私は、それでも消費者庁さんの責任だし、これを決めた人の悪名が将来残ることになるだけだから、それはしょうがないと思うけれども、日本の将来のことを考えると、とても悲しいことだなと思います。

その意味で、消費者庁さんの中のロジックとしてはそれが生まれてこないというのは明らかに今の議論を見ていると思うのですけれども、こういうことを決めたことによって、とてもまずいことが起こるといえるか、消費者被害は起こらないかもしれないけれども、産業がそういう方向で育成されないということはまずいのだけれども、分からないですよ。結果として、日本が例えば失われた何十年になるのかもしれないけれども、それはもう放置されることになるのだと思うので、消費者庁さん、その責任は感じてくださいよ。

その上で、2年後、5年後に見直すことは、僕はどちらかというとデジタルに反対する人たちの意見を酌み入れて、一切駄目ですというルールにしたほうがまだしも良かったと思います。これは、デジタルを推進する側にも、デジタルを反対する側にも、非常にまずい決着だと思います。こんなことをやるぐらいだったら、本当にやらないほうがよかったです。

そういう意味で、全て何もない状態、電子的には一切不可能ですという、少なくとも消費者規制上はそこについては何の特別な扱いもしなくて、結果として被害が発生していることは紙のルールと同じようなルールでチェックしますという状態は、規制が入る前の状態だと思うのですけれども、そこに戻ることはあり得るのですか。この状態は未来永劫続くのですか。

○菅原座長 消費者庁様。

○消費者庁（奥山課長） 今から将来を全部見通すのは無理ですけれども、いまだに電子化は反対だとおっしゃる方はいらっしゃいますので、そういった方の声の上がり方によっては議論もあるのかなと。

○岩下委員 だったら、そっちに倒したほうがいいのではないですか。これは全部やめて、4.5インチも、もろもろの今入れている規制も全部やめて、デジタルは一切禁止ですというスタンスで作り直したらいかがですか。これが残るよりも、そのほうがよっぽどいいですよ。でも、多分そういう声も出ないのでしょうかね。

デジタルに反対だという人たちがいるのだったら、むしろそっちに戻したらいいのでは

ないですか。これは誰のためにやっているのですか。別に、消費者委員の人たちも反対なのでしょう。規制改革推進会議も反対ですよ。消費者庁は、これをしたら何がうれしいのですか。こんなことを何のためにやっているのですか。

○菅原座長 消費者庁様、もしコメントがございましたら。

○消費者庁（奥山課長） 教科書どおりの答えですと、デジタル化原則に特商法も対応するためと。

○岩下委員 対応していないではないですか。教科書どおりと自分で言ったとおり、そうではないと認めているのでしょうか。だから、デジタル原則を踏みにじっているながら、デジタル原則を守っているような顔をしないでください。今の言葉を二度と言わないでください。本当にそれは許しませんよ。

○菅原座長 消費者庁様は特にコメントも。

○消費者庁（奥山課長） 許されないのも何です。

○菅原座長 この後、片岡様にもコメントをいただきますが、いずれにしても私どもとは認識が違いますし、両者に挟まれて結構難しい立場でいらっしゃることは十分承知しておりますけれども、今回のそれぞれの価値観とか見方はあると思うのですけれども、私どもとしては、今回の改正が極端な話、誰にとってもプラスにならないのではないかという認識を持っております。とはいえ、現実的には2年後見直しというものがある中で、現実的に今からこれを施行しないというのも無理な話だということは十分承知なのですけれども、あえて私たちの深刻な問題認識をお伝えしているということ。

もう一つ、消費者庁様からの御回答にもありますけれども、2年後見直しに向けてきちんとデータ収集して分析をしていただけるということですが、データ分析にはある程度の期間を要すると思いますけれども、これまでの議論でもかなり論点が明確になっているのは事実ですし、そういう検討をできるだけ早く始めていただきたいというのが私どもの今できるであろう最大のお願いになります。

そうしたものの、2年後に始めますよということではなく、1年後ぐらいからというお話も先ほど課長からいただきましたけれども、そうしたものをできるだけ前倒してできることがないのか、実際にビジネスモデルが出てこなかったら、つくった規制が何の意味もないということにもなりますし、今グローバルなマーケットで動いているわけですから、海外からの見られ方ということも踏まえた形で検討を速やかに始めてほしいと思っております。

片岡様、どうぞ。

○新経済連盟（片岡氏） 最後に一言だけ。

事業者としては、今ほぼオンラインで完結できるのに、なぜか途中で紙が入ってしまうという忸怩たる思いは持っているところがたくさんいるということがまず一つ。

ただ、それがビジネスモデルを変えなければいけないほど大きな問題かということ、そうではなくて、本当にとげみみたいなものでして、このとげがなくなれば、デジタルで完結し

たいと思っている消費者にとっても事業者にとってもとてもいい世の中になるのになど思っているのだけれども、そのとげがなかなか抜けないという状態になっているということがまず一つ。

それから、検討会にはヒアリングで一度呼ばれて、こういうやり方はどうかということの説明をしまして、そこで強い反対があったわけではないです。そのほかの会でも、大きさではなくて印刷できればいいのではないのとおっしゃっていただいた委員も何名かいましたけれども、最終的にこの内容になっていますということ。

それから、今後見直しに向けてデータの収集というのがありましたけれども、大きさの話にとらわれないでほしいというのがあります。3インチであろうが、5インチであろうが、紙がいい人は紙がいいですし、デジタルがいい人はデジタルがいいですし、多少画面が小さくてもデジタルの技術を活用して私はこっちのほうがいいという人もいるし、その逆もあるわけで、大きさと関係ないはずなのですね。ですので、大きさにひもづけて考えるとしても、その背景にある、本当は紙がいいのにデジタルを強要してしまったのではないかと、本当はデジタルがいいと思っているのに、紙しかないからそうなっているのではないかと、そちらの背景をぜひ掘り下げていただいて、消費者にとってよりよい方法にするルールはどうあるべきかというのに向けて、前向きに検討していただきたい。細かいところにばかり目を向けるのではなくて、本質、目的を見据えて見直しをしていただきたいと思います。

以上です。

○菅原座長 ありがとうございます。

片岡様の御意見に対して消費者庁様、コメントが最後にございましたらば。

○消費者庁（奥山課長） ありがとうございます。

検討の視点というのは、先ほども申し上げましたけれども、本当にデジタルが欲しいと思っていない人をどう守るかというところに非常に重心が置かれていたのはそうなのだと私も思います。

本当にデジタルが欲しい人で、かつ、特定商取引の取引類型に該当するものを契約する人、かなり強い勧誘がないとなかなかこの契約には至らないタイプなのですけれども、それが先ほどチャットでどんどん行われるようになる、こういうデジタル化の流れというのももう既に指摘は受けているのですけれども、今までの対面、紙の消費者保護をデジタル、電子データという空間の中でいかに消費者保護策を実現していくか。これはもう目の前にある課題だと理解をしておりますので、その視点からは当然考えていかななくてはいけないでしょうし、これは消費者委員会も含めて、先ほどのチャットはどうあるべきかみたいな話はされ始めています。

では、どういう方向に議論が行くのかは私も保証の限りではないというか、あまり楽観視はしていないのですけれども、実態なり、世の中で技術が進む方向がいかにあって、理想的な消費者保護はどうあるべきかというのは、プラットフォーマーさんとか、むしろデ

デジタル空間の支配力はそちらのほうが大きいと思っておりますので、そういった御意見もいただきながら考えていきたいなと思っております。

ですから、またお知恵をいただいたりしたい場面はいろいろあるかと思っておりますので、そこはよろしくお願ひできればと思ひます。

○菅原座長 ありがとうございます。

ほかに御質問がないようでしたらば、議論をかなり尽くしましたので、これで終わりたいと思ひます。

消費者庁様、今もおっしゃっていただきましたように、デジタル技術の発展にふさわしい消費者保護の在り方はどういうものがあるべきかというのも今後も検討するということでおっしゃっていただきましたし、特定商取引法に限らず、ほかの法律に関してもいろいろこうした問題は次々と出てくると思ひますが、今回の法改正が1事例になってしまうことは非常に残念なことだと思ひますので、今回のこの論点というものを常に意識しながら、とにかく速やかに検討を進めていただきたいと思ひます。

それでは、本日の議論を踏まえて必要な検討を消費者庁様には速やかに行っていただくようお願ひするとともに、規制室事務局においてもしっかりとフォローアップをして、今後の答申に必要な事項を盛り込めるように協議していただきたいと思ひます。

長時間にわたり、本日はありがとうございました。これで本日の議論を終わりにさせていただきます。

今後の日程につきましては、追って事務局から御案内させていただきます。

それではどうもありがとうございました。