デジタル化に伴う消費者問題
ワーキング・グループ（第9回）
議事録

デジタル化に伴う消費者問題
ワーキング・グループ（第9回）
議事次第

1. 日時 令和4年8月9日（火）10:00～11:04
2. 場所 消費者委員会会議室及びテレビ会議
3. 出席者

（構成員）

【会議室】

後藤座長

【テレビ会議】

飯島座長代理

清水委員

（オブザーバー）

【テレビ会議】

大石委員

黒木委員

板倉陽一郎 ひかり総合法律事務所パートナー弁護士

丸山絵美子 慶應義塾大学法学部教授

万場徹 公益社団法人日本通信販売協会専務理事

独立行政法人国民生活センター

一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構

（事務局）

加納事務局長、岡本審議官、友行参事官、田村企画官

4. 議事
 - (1) 開会
 - (2) ワーキング・グループ報告書について
 - (3) 閉会

《1. 開会》

○後藤座長 本日はお忙しいところお集まりいただき、ありがとうございます。

ただいまから、第9回「デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループ」を開催いたします。

本日は、私が会議室にて出席、飯島座長代理、清水委員、大石委員、黒木委員、万場委員、一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構、独立行政法人国民生活センターがテレビ会議システムにて御出席です。

板倉委員と丸山委員は御出席の予定ですが、今のところまだ入室しておりません。遅れて御入室と思います。

開催に当たり、会議の進め方等について、事務局より説明をお願いいたします。

○田村企画官 おはようございます。本日もよろしくをお願いいたします。

本日は、テレビ会議システムを活用して進行いたします。

発言時以外はマイクの設定を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、画面の設定は皆様オンにしていただければ幸いです。

御発言の際は、混線を避けるため、発言する旨をテレビ会議システムのチャット欄にてお知らせください。それを確認した座長から指名がありました後に発言をお願い申し上げます。

本日は、感染症の拡大防止の観点から、傍聴希望者の皆様にはオンラインにて御参加いただいております。

議事録については、後日、消費者委員会ホームページにて公開いたします。

配付資料は、議事次第に記載のとおりです。

お手元の資料に不足がございましたら、事務局までお申し出くださいますようお願いいたします。

また、8月1日付で事務局に人事異動がございまして、前任の渡部に代わり岡本が審議官として着任しておりますので、御挨拶をさせていただきます。

○岡本審議官 おはようございます。8月1日付で消費者委員会担当の審議官となりました岡本と申します。よろしくをお願いいたします。

私の下の子が中学校3年生なのですが、小学校のときから毎年年に1回学校に保護者が全員集められまして、SNSの危険性についてずっと説明がございました。そのため、私もSNSを使っておりますが、子供と全然違う種類を使っております、こんな新しい犯罪というか危険性もあるのかといつも毎年勉強させていただいており、今回の議題はとても重要な課題だと思っておりますので、ぜひよろしくをお願いいたします。

○田村企画官 事務局からは以上でございます。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

《2. ワーキング・グループ報告書について》

○後藤座長 本日は、前回に引き続き、ワーキング・グループの報告書案の審議をしたいと思っております。

前回のワーキング・グループでは様々な御意見をいただきました。それを踏まえて、本日お配りしております報告書案は、事務局の皆様方と私との間で前回から修正をさせていただいたものでございます。

本日はこの報告書案を御確認いただき、御意見をいただければと思います。まずは、前回からの修正等について事務局から御説明をお願いいたします。よろしくお願いいたします。

○田村企画官 企画官の田村です。御説明させていただきます。

主な修正の箇所でございますけれども、前回の委員の先生方からのコメントの反映ですとか、あと、報告書の中でワーキング・グループにおける検討状況のところを網かけとして論点と各委員の意見を入れさせていただいておりましたけれども、それを本文中に適宜取り入れさせていただきました。また、グラフの時点修正や逐条解説、通達類の追記と最新版への時点修正、あと、特に事例の箇所が分かりにくいという御指摘がございましたので、事例について幾つか工夫をさせていただいております。

それでは、ページに沿いまして御説明をさせていただければと思います。

まず、2ページでございます。「はじめに」のところでございますが、前半部分につきまして、検討の背景となります消費生活相談の状況等について追記をさせていただいております。

それから、一番下の段ですけれども、なお、この議論を通じて新たに浮かび上がったものの、ワーキング・グループで十分な議論ができなかった論点というものもございますので、そういったところは今後の検討課題として取り上げることとしたと追記をさせていただいております。

続いて、3ページ目でございますが、SNSの定義及び利用状況でございます。

中段のところでございますけれども、SNSのビジネスモデルの成立の考え方というのを情報通信白書のほうから追記させていただいております。「消費者視点からのSNS等は」で始まる部分でございます。

それから、図表に関するものでございます。11ページをお開きいただきますと、情報商材に関する相談件数と、そのうちSNSに関連する相談の割合というところが出てくると思いますが、図表13～15も同様でございますが、PIO-NETの登録の年月日が前回ですと1月30日になっておりましたもので、それを6月30日時点の登録分に修正させていただいております。

さらに、図表12につきましては、年代別が分かりやすくなりますように、棒グラフのほうに年代別の件数の内訳を記入させていただいております。これによりまして、特に2021年の情報商材ですが、転売ビジネスに関するグラフにつきまして新しいものになりましたので、より傾向が明らかになったかと思えます。

続きまして、14ページの事例に関してのところでございますけれども、前回、いろいろ事例のところのところが分かりにくいという御指摘もいただきましたので、まず、どの課題に関する事例かということの分かりやすくするために、例えば14ページの上から5段目に事例1～4は課題1に関する関連のものでございますよといった記載をさせていただいております。以下同様でございます。

さらに、事例1と事例2でございますけれども、これはSNSのメッセージにいろいろ不実告知や問題があるという内容の注意喚起でございますので、SNSのメッセージによる勧誘例というものをそれぞれ2つずつ追記させていただいております。14ページは「誰でもスマホ一つで毎月60万円稼げる凄いい副業を紹介させて頂いています」といった勧誘の実際のメッセージの例を追加で掲載させていただきました。

あと、15ページ以降でございますけれども、事例の文章はかなり長いもので少し分かりにくかったと思えます。そういった点を踏まえまして、ポイントになる部分につきまして適宜下線を引かせていただきました。

さらに、16ページ以降の販売業者等が電話勧誘販売の該当性を争う事案の関連ですけれども、事例を読んだだけではなかなか分かりにくい点もございますので、問題事例の整理の箇所事例の解説を追記させていただいております。これは後ほどまた御説明させていただきます。

あと、事例の追加をさせていただいた部分がございます、17ページの事例8、18ページの事例9でございます。第三者による不当な広告や勧誘の事例ということで、前回は掲載事例がなかったものでございます。事例8で見知らぬAという人からコメントをもらったと。見知らぬAというのは第三者に当たるのではないかという点。

それから、事例9でございますけれども、SNSで友達登録した人からメールが送られてきたということで、この友達登録した人というのが第三者に当たるのではないかと。そういった事例を追加で掲載させていただいております。

事例につきましては以上でございます。

それから、21ページ以降でございますけれども、関係法令のところの特商法に関する法律の部分につきましては、22ページの上から3行目、自己又は他人の営業につき広告または宣伝を行うための手段として送信する電子メールと同様に考えられるといったことを追記しております。

あと、23ページでございます。クロレラに関する最高裁判決について、前回は判決がありましたということしか掲載しておりませんでしたけれども、判決の内容で勧誘の考え方について消費者契約法の逐条解説を引用させていただきまして、判決の内容自体を追記さ

せていただいております。

それから、25ページ以降でございます。ここの辺りはかなり委員の先生方の御意見を反映させていただいております。例えば25ページの（エ）架電の容易性のところでは、何度も電話をかけることができ、契約意思形成の具体的な働きかけがある点で類似しているといった表現ですとか、（オ）その他でございますけれども、SNSのメッセージの特徴といたしまして、ユーザー保護機能もあるので、更に周知し、活用する必要があるとの意見もございましたので、その辺りを追記させていただいております。

それから、（4）必要と考えられる対策でございますけれども、上から3行目、この際、執行に当たっては、SNSの個別性、密室性から、消費者の側におけるメッセージの保存も重要となるという点。それから、SNSのメッセージを利用した情報商材等の消費者被害に関し、消費者及び関係事業者に対し、少し飛びまして、事例1及び事例2にあるように事業者名が実名で掲載され、また、具体的な手口の画面例が掲載されることは、消費者被害の防止に資すると考えられる。これは消費者安全法の注意喚起の特徴を追記させていただいております。

26ページでございますけれども、少し分かりにくいですが、下段のほうで事例4の説明を少し追記させていただいております。事例4のように高齢者においても見られ、当初、「助成金を配る限定プロジェクトとしている」として勧誘されたが、後に手数料を支払うことを求められるといったように、目的を隠匿した勧誘がされたものと見られるものがあるということで、事例の説明を追記させていただいております。

27ページでございます。この辺りもかなり委員の先生方から御意見をいただきましたので、追記をさせていただいております。上から6行目以降でございますが、「この点」以降、消費者が置かれる状況によって、（3）イ（ア）～（エ）のように電話勧誘販売との類似性が見られる場面と（3）イ（オ）のように電話とは違った特有の面があるといったことを複数の委員の先生方からいただいておりますので、追記させていただいております。

それから、検討に当たっては過度の規制とならないよう、また、法的安定性の観点から、類型を明確にし、規制対象を限定することが必要であると考えられる。この辺りも委員の先生方の御意見を反映させていただいております。

さらに、規制の設け方として、この点、デジタル化の進展に伴い、通信と通話を併せ持った機能をもつSNSが普及していることを考慮し、特定商取引法の取引類型の再構成を含め、位置付けの整理をすることも考えられるとの意見があったと、こちらも委員の先生の御意見を紹介させていただきました。

続きまして、27ページの販売業者等が電話勧誘販売の該当性を争う事案でございますけれども、前のほうへ掲載しております事例が若干分かりにくいという御指摘も特にこの電話勧誘販売の該当性を争う事案につきましてはございましたので、これは山田先生の資料のほうで掲載していただいたケース、二段階型事例のケースで電話勧誘販売の該当性が認められないと主張しているケースを追記させていただいております。

28ページでございますけれども、この辺りは関係法令につきまして最新の逐条解説あるいは通達を引用させていただいたということでございます。

29ページでございます。必要と考えられる対策のところでございますけれども、中段の少し下の辺りに、不特定多数に向けられたウェブサイト上の表示において、販売目的を明らかにしないで電話をかけることを要請する場合等についても、被害救済の必要性及び理論的な観点から検討すべきではないかといった御意見もございましたので、追記させていただいております。

30ページでございますけれども、この辺りは法令の解釈、通達等の追記をさせていただいております。特商法の通信販売の規制については、例えばリース提携販売のように「契約を締結し物品や役務を提供する者」と「訪問して契約の締結について勧誘する者」など、一定の仕組みの上での複数の者による勧誘・販売等であるが、総合してみれば一つの訪問販売を形成していると思われるような場合、こういった辺りを追記させていただいております。

さらに、「なお」以下で同様の考え方、複数の事業者が連携・協働して事業を行っていると思われるのであれば、それらの事業者はいずれも販売業者として特商法の規制を受けるとの説明されたことも事実関係として掲載させていただきました。

31ページの上から4行目、オのSNS事業者の自主的取組についても、委員の意見を踏まえて追記をしております。

それから、32ページでございます。第三者に関するところでございますけれども、法制度の検討のところ、6行目、「上記のような第三者の不当な広告や勧誘を直接行政規制の対象とすること」といった辺りを追記しております。

さらに、その5行下ぐらい、消費者契約法の運用等も参考にして、特定商取引法において、「第三者」に関する民事ルールを設けることについて検討することも考えられるといった御意見、さらに、検討に当たっては、SNSは利用者の匿名性が高く、販売業者等と「第三者」との関係性の立証の困難さがあるという点や、事業者側への過度な負担とならないよう、留意が必要であると考えられる。この辺りも委員の先生方の御意見を反映させていただきました。

あと、32ページ、33ページも追記をしておりますけれども、この辺りは通達を表の形で掲載をしていたりするところがあったのですが、文章で統一して、氏名や名称、住所の定義について通達の内容を表の形から文章で流れるように変更を加えさせていただいております。

それから、委員の先生の意見の反映のところ、33ページの中段から少し下のところでございますけれども、また、表示がなされていても、虚偽の情報が記載されている可能性もあり、正確な情報と虚偽の情報の見分けはつきにくい。こういった意見もございましたので、追記をさせていただいております。

33ページの下から2行目から34ページの(3)の前までは、通達の解説を事実関係として

追記させていただいております。

それから、35ページでございます。必要と考えられる対策の2段落目になりますけれども「具体的には」で始まるところでございます。具体的には4行下でございますが、「モニタリング又は調査を実施し、その状況を公表すること等により」というのを、委員の先生の御意見がございましたので、追記させていただいております。

37ページでございます。今後の検討課題のところでございますが、決済につきましては、4行目の終わりの辺り、「経済産業省と国際ブランドの連携による海外アクワイアラーに対する是正指導等について、実態把握や検証が必要ではないかとの意見があった」の部分を追記させていただきました。

あと、37ページの情報開示請求の(2)で電気通信事業法に関する記載がございますけれども、これは掲載場所を変更させていただいたということで、内容について特段変更はございません。

39ページに飛んでいただきまして、新たな情報開示請求制度のところがございますけれども、こちらは委員の先生からプロバイダ責任制限法と取引デジタルプラットフォームに関する考え方を追記してはいかがかという御意見がございまして、それを追記しております。

それから、40ページの最後の段落でございますが、この点について検証物提示命令に対する抗告棄却決定に対する許可抗告事件について、以下のくだりでございますけれども、こちらについても委員の先生の意見を反映して追記をさせていただいたところでございます。

最後になりますけれども、41ページのデジタルリテラシーの向上のところでございますが、こちらについては、下から5行目に「既に」以下で始まるところがございますが、「既に消費者教育を受けている世代も含め、幅広いバックアップが必要であることから、」という文章を追記させていただきました。

以上、前回からの主な変更点を御説明させていただきました。よろしく申し上げます。
○後藤座長 ありがとうございます。

委員の皆様から内容に関して御意見をいただきたいと思っております。時間は30分程度を予定しております。

報告書の構成に従いまして審議をしたいと思います。

まず、第1から第2、報告書案の1ページ以下であります。第1から第2で国民生活センター様に御提供いただいた事例等を含めてデータをまとめております。

第3、21ページ以下でありますけれども、第3では論点を整理し、大きく5つのテーマについて整理をいたしました。

第4、36ページ以下でありますけれども、第4では今後の検討課題について記載させていただいております。

まずは第1から第2で御意見をいただければと思っております。御発言のある方はテレビ会議シ

ステムのチャット欄でお知らせください。

初めに第1、第2について御意見をお願いいたします。報告書案の「はじめに」の部分も含めてお願いいたします。

それでは、清水委員、よろしくお願いいたします。

○清水委員 清水です。

「はじめに」というところなのですけれども、書かれた背景は本当に現場の現状を表していただいています。今、消費生活センターのトラブルは、SNSから始まると言い過ぎではないぐらい誇大広告が氾濫しているということと、ナッジで広告に誘導されている。そして、若者がインターネットを信じている。今回、この会議が持たれたことはすごく重要だと思っています。最初の「はじめに」というところの意見です。

以上です。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

ほかにございますでしょうか。「はじめに」と第1、第2についてということですが、よろしいですか。

それでは、続きまして、第3について審議いたします。大きく5つテーマがございます。まずは勧誘規制に関する1から3に関して、21ページから31ページまででありますけれども、その範囲内で御意見がございましたらよろしくお願いいたします。

大石委員、よろしくお願いいたしますでしょうか。

○大石委員 大石です。ありがとうございます。

先ほどの場所の話とも関わることですが、第2のところ意見を出ささせていただき、その事例について分かりやすくまとめていただき、それぞれの課題をこの第3で挙げていただいたこと、大変分かりやすくなったと思います。事務局の皆様にお礼を申し上げたいと思います。

それで、本質ではなく大変細かいことで恐縮ですが、まず、21ページの最初の「第3で挙げられた」と書いてあるのは「第2で挙げられた事例について」だと思います。

それから、全体を読みますと、これも些末なことでは本質ではないのですが、「1. 販売事業者からのSNSのメッセージによる勧誘」というのがあって、(1)に問題事例の整理、(2)に関係法令と書いてあります。その関係法令の中には「オ」としてSNS事業者の自主的取組というのも入っているので、些末なことでは本質ではないのですが、(2)関係法令等と「等」を入れてしまえば、法令だけではなくて自主的な取組というのもここに含まれてくるので、整合性が取れるのでは、と思いました。

同じように、もう少し先を見ていきますと、同じように法令とそれから自主的取組というのが混ざって記載してあるところがあります。29ページになりますか。29ページの一番下の(2)の関係法令というの、特定商取引法から始まって「オ」の自主的取組が入っているので、同様の対応が必要だと思います。関係法令等として「等」を入れると自主的取組も入っていいのではないかなと思いました。

そのほか、今回、事例に関して、それぞれまとめて書いていただきましたので、大変分かりやすくなったと思います、ありがとうございます。

以上です。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

事務局、どうぞ。

○田村企画官 御指摘ありがとうございます。

確かに自主的取組が関係法令の中に入っているということですので、「等」でくくらせていただくということで、座長と相談して修正の方向でよろしいかと思っております。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

21ページの「第3で」というところもケアレスミスで、「第2で」ということで。

○田村企画官 ここ確かに「第2」ですね。ありがとうございます。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

それでは、清水委員、よろしく願いいたします。

○清水委員 清水です。ありがとうございます。

27ページから28ページのところになります。課題2の販売業者等が電話勧誘販売の該当性を争う事案について、最近私が担当した事案について少しお話ししたいと思っています。

販売業者などが電話やSNSの通話機能を利用して勧誘をしており、電話勧誘販売に該当すると考えられる場合でも、販売業者等が電話勧誘販売の該当性を認めないケースがあります。多いケースとして、まずは少額、最初は1万円とかの情報商材を購入させて、その情報商材の説明をするために消費者に電話予約をさせて、その日時に事業者から電話をし、高額な契約を勧誘するというものがあります。このような二段階型の勧誘事例で、消費者庁の通達や解説によれば、電話勧誘販売に該当すると思われる場合に、事業者が電話勧誘販売に該当しないと主張する場合があります。

また、ウェブ会議システムを利用して勧誘がなされるケースでは、事業者がウェブ会議は電話ではないと言って、通信販売であると主張する場合があります。

もちろん極悪層が意図的に電話勧誘販売の該当性を認めていないということも考えられますが、販売事業者において電話勧誘販売に関する解釈の理解が十分でないと思われる。消費者トラブルの円滑な解決のためにも、電話勧誘販売の解釈の周知は必要不可欠だと考えます。ぜひ消費者庁さんにはお願いしたいと思います。通達に書いてあるから当然分かるだろうと思わないでください。周知が必要です。

また、その周知先についても、私たち相談員は販売事業者だけではなくクレジットカード会社もトラブル解決の交渉相手としています。私たち相談員は、クレジットカード会社に対して、販売業者との間の契約が電話勧誘販売に該当しており、取り消した、あるいはクーリング・オフをしたということを伝えて、請求をストップしてほしいというような交渉をしているのですが、聞いてくれません。そのため、交渉の相手となるクレジットカード会社などへも電話勧誘販売の解釈を周知してもらいたいと思います。

私たちは少しでも早く、1円でも多くお金を取り戻したいと思っていますので、ぜひとも解釈の周知をよろしくお願いします。

以上です。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

清水委員、今の貴重な御意見ですけれども、報告書の修文、どこにどのような文言を入れるというようなことでは、具体的な御教示をしていただけますでしょうか。

○清水委員 今、総括的にお話をして、毎回同じことを言い続けておりまして、私の解釈では全てこの報告書には書いていただいている。ただ、書いていただいているのですが、少し分かりやすく発言したということで、修正は必要ないかと思います。よろしく申し上げます。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

それでは、事務局でまた精査しまして、今の御意見を踏まえて、もし修正する必要があるら修正するというので、今のところ、具体的にどこということはないということではよろしいでしょうか。どうもありがとうございました。

それでは、板倉委員、よろしくお願ひいたします。

○板倉委員 ありがとうございます。

1点気になったのが、25ページの下から2段落目の最後の「消費者の側におけるメッセージの保存も重要となる」というところなのですが、結局、保存する機能がないとスクリーンショットを撮らなくてはいけないのですけれども、多分なかなかスクリーンショットができないのです。iPhoneは大体同じスクリーンショットのやり方なのですが、スマホはiPhoneのほかにもいろいろあって、保存しづらい場合もあります。これは全部消費者のせいだという書き方をすると多分角が立つので、消費者の側におけるメッセージの保存、SNSのメッセージの保存機能などと並列して記載していただいたらいいのかなと思います。そんなに深く議論したわけではないので、並列して書いていただくとちょうどいいかなというぐらいなのですが、よろしく申し上げます。

○後藤座長 事務局、これはよろしいですか。

○田村企画官 書きぶりを少し工夫させていただいて、また御照会させていただきます。

○後藤座長 分かりました。今の御意見を踏まえて事務局で適切に対応するというようにいたします。

それでは、黒木委員、よろしくお願ひいたします。

○黒木委員 黒木です。

この報告書案はいろいろ御説明をあらかじめいただいたし、もらって読んでおりまして、基本的にいいと思っています。そこで、この報告書の取扱いとか位置付けだけ教えてほしいのですが、「1. 販売業者からのSNSのメッセージによる勧誘」の最後のところ、27ページで「規制の設け方としては」という一段落があります。この点、デジタル化について、「特定商取引法の再構築も含め、位置付けの整理をすることも考えられるとの意見が

あった」ということでまとめていただいております。これ自体について異論はありません。

ただ、特定商取引法の再構築という点ですけれども、日弁連でも特商法の28年改正の附則6に基づいて5年後見直しの対象としての意見書をまとめています。附則6では確かに政府がこの法律の施行後5年を経過した場合において、この法律による改正後の特定商取引法に関する法律の施行の条件について検討を行う必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講じるということになっています。

今後のこの報告書の取扱いなのですけれども、結局、この報告書は特商法の附則6の所要の取扱いということまで視野に入れているのか、現状の分析だけだということなのか、これはワーキングではなくて本会議で聞いたほうがいいのかもかもしれませんけれども、その辺りのところについての事務局のお考えを教えてくださいと思います。

内容については基本的には、非常にまとまっていて、私は異論ありません。

以上です。

○後藤座長 事務局、いかがでしょうか。

○田村企画官 委員会としての意見の出し方につきましては、委員長と本会議の委員の先生方と御相談させていただいて、どのような形で意見を発出していくかというのは本会議のほうの委員の先生方とまた御相談させていただければと思っています。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

本会議の委員の御意見も伺って最終的な取扱いの仕方を決めるということで、その場でまた黒木委員も御意見を出していただくとありがたいと思います。

○黒木委員 分かりました。ありがとうございます。

ワーキングの報告書自体は今の問題点を的確に分析されているものであって、非常にいいものだと思っています。だから、私は細かなところの字句の修正は苦手なので、そこは分かりませんが、きちんとしたものができていると思っています。

以上です。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

ほかにございませんでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、続きまして、連絡不能の課題と事業者の自主的取組に関する4から5まで、32ページから35ページでありますけれども、その部分に関して御意見をお願いいたします。

よろしいでしょうか。御意見はございませんでしょうか。

清水委員、よろしくお願いいたします。

○清水委員 ありがとうございます。

31ページです。SNS事業者の自主的取組ということですが、今も自主的な取組をなされているということですが、相談の現場では、やはりSNS事業者さんがもう少し自主規制を厳しくしていただければと思っています。入り口は全てSNSですので、何とか頑張ってやっていただきたいというお願いでございます。できればSNSの危ない広告と一緒に消費者庁の広告も出していただくとか、不可能なことかもしれませんが、ぜひお願いしたいと思います。

以上です。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

これも具体的にどこを直すというような御提案ではなくてということによろしいでしょうか。

○清水委員 書いていただいておりますし、この会議の中でも今後力を入れていっていただけるとような発言もあったかと思しますので、期待しております。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

御意見はよろしいですか。ここの項目についてはもう大丈夫ということによろしいでしょうか。

それでは、次の項目であります。今後の検討課題とする第4の部分であります。ここの部分について御意見がありましたらよろしくお願いいたします。

板倉委員、よろしくお願いいたします。

○板倉委員 ありがとうございます。

開示請求の辺りも議論を反映して書いていただいていると思います。40ページのプロ責があって、取引デジタル法があってということなのですが、下一段落の最後のところの「また」以下です。「取引DPF法においては、取引DPF提供者の努力義務が規定されており、基本的にSNS事業者は」と書いてあるのですが、これは文章のつなぎとして「されているが」のほうがいいのかなと思いました。

それから、SNS事業者は取引デジタルプラットフォーム提供者に基本的に該当しないとまで言ってしまうと言い過ぎかなと思って、「該当しないことが多い」かなと思いました。SNS事業者が例えば動画とかYouTubeで売っていたりすると、それは取引デジタルプラットフォーム提供者になりますし、もろもろ両方やっている場合というのも多いので、「該当しない場合が多い」とかと言うのがいいかなと思いました。書き方だけです。

○後藤座長 事務局、よろしく申し上げます。

○田村企画官 今のDPFの記載ぶりにつきましては、今、法令の所管省庁のほうにも同時並行的に確認させていただいております。説明が不足しておりましたけれども、法令の所管部署の意見も踏まえて、正確なところを記載させていただこうと思っております。

○後藤座長 どうもありがとうございます。

SNSの場合には、SNS事業者は取引デジタルプラットフォーム提供者に基本的に該当しないというのが私の理解なのですが、ここについてまた更に調べて直す必要があるのかどうか今すぐ判断できないのですが、板倉委員の御意見も踏まえて、必要であれば「該当する場合もある」とかというような表現にしたいと思いますが、そういう対応でよろしいですか。

○板倉委員 事業者レベルでいうと重なっていることが多くて、SNS事業が取引DPF提供者のやる事業かということ、それは違うのですが、SNS事業者と言ってしまうと広いので、それは正確なところを書いていただければ大丈夫だと思います。

○後藤座長 ありがとうございます。

私も今、発言をする際にSNSというのとSNS事業者というのを区別する必要があるのではないかなと思っていたのですが、今、正にその点を板倉委員に御指摘いただきましたので、御趣旨はよく理解できました。どうもありがとうございました。

清水委員、よろしくお願ひいたします。

○清水委員 ありがとうございます。清水です。

37ページの今後の検討課題の決済のところです。まさしくこの「1. 決済」で書いてあるとおりなのですが、今のようなデジタル化の問題、特に今回テーマでありました情報商材だとか、その他もろもろのトラブルというのは、ある意味クレジットカードの国際ブランドを介して海外アクワイアラーが入ってという決済がなければ、こんなに被害は大きく広がらなかったと考えます。というと、やはり次なるところはこここのところの是正指導、ここにも「経済産業省と国際ブランドの連携による海外アクワイアラーに対する是正指導等について、実態把握」とありますが、まさしく実態把握と検証が喫緊の課題だと思います。ここを整理していくことによって、もちろん先ほど入り口はSNSと申し上げましたけれども、決済がなければ被害は高額になりませんし、ここをぜひ今後やっていけたらと思います。これもまた、書きぶりはこのままでいいです。熱い期待があるものですから、わざわざ発言させていただきました。よろしくお願ひします。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

決済についての今後の取組が重要だということで御意見をいただきました。

ほかにございますでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、報告書案につきましては、本日皆様からいただいた御意見を踏まえ、また、関係省庁とも事実関係等の必要な調整をした上で、私と事務局で再度全体を確認し、修正すべき点を修正した上で皆様にメールにて御確認いただき、取りまとめとさせていただきます。その後に消費者委員会の本会議に報告することといたします。

《3. 閉会》

○後藤座長 最後に、ワーキング・グループは本日が最終回ということになりますので、お一人ずつ順番に1～2分程度で感想や御挨拶をぜひ頂戴できたら幸いです。

よろしいでしょうか。

それでは、恐縮ですが、私のほうから順番にそれぞれ御指名させていただきますので、短く御挨拶あるいは最終回ということに感想等を御発言いただけたらありがたいと思います。

それでは、飯島座長代理、よろしくお願ひいたします。

○飯島座長代理 飯島でございます。

貴重な勉強をさせていただきまして、どうもありがとうございました。

最先端の社会問題が集約されている場について、具体的な相談事例から出発して、その類型化によって実態を把握し、課題を整理した上で、現行法制度で対応しうることを明らかにしつつ対策を検討することで、地に足のついた、分かりやすい報告書にお取りまとめいただいたことにつきまして、心から感謝申し上げます。

対策についても厚みがそれぞれ違うというところでこのワーキング・グループの関心の強さですとか、迅速な対応の必要性ということもメッセージとして伝わるのではないかと期待しております。

社会事象が常に急速に変わっていく中で、事象を把握すること自体が難しく、その上で必要な範囲で法的に規律することは大きな課題ですけれども、ワーキング・グループのといった方法論を参考に、今後も勉強を続けてまいりたいと存じます。

以上でございます。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

それでは、清水委員、よろしく願いいたします。

○清水委員 清水です。

今回は本当に多くお話ししましたが、どうしても現場のことが頭にあると現場の専門用語でしゃべってしまって、分かりにくい点多々あったことを反省しています。

しかし、私の思いは意見書にまとめられていますし、また、今後、これが本会議、そして、消費者庁をはじめ、実態として動いていくということを願っております。

今、現場では、先ほども決済のことを言いましたが、無登録業者が偉そうにクレジットカード番号を聞いてくるとか、とんでもないことがあります。ぜひ検証していただければ奥深い闇が見えてくると思います。どうぞよろしくお願い致します。

本当にありがとうございました。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

それでは、大石委員、よろしく願いいたします。

○大石委員 今回は参加させていただきまして、本当にありがとうございました。

法令に関してなど素人状態で、まずSNSと電話勧誘販売との整理というところから入りまして、今回、いろいろと事例も含めてこのように取りまとめていただいて、私自身も大変勉強になりました。

今の若い人たちというのは、先ほど清水委員から消費者問題は今はSNSから始まっているとのお話がありましたけれども、SNSで始まり、SNSの中から抜け出せない状態でいろいろなトラブルに遭っているという状況を見ていますと、最後にデジタルリテラシーの向上ということを書いていただきましたけれども、もちろん教育も両輪でありながら、やはりいかに悪質事業者といますか、そういう人たちをきちんと取り締まっていくかということが重要であるというのを今回のこの取りまとめの中で勉強させていただきました。

まだまだ課題のほうが先を行っているというような状態だと思いますけれども、さらにこのワーキング・グループが今後も新たな課題に取り組めることを望んでおります。ありがとうございました。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

それでは、黒木委員、よろしく願いいたします。

○黒木委員 黒木です。

今回のこのデジタル化に関するワーキング・グループは私にとっても非常に勉強になりました。

消費者委員会の委員に就任したときの一つのテーマとして、デジタル化に伴う消費者問題というのが絶対にあると思っていました。この問題についてSNSというところから始まって、今回、問題事例もきっちりとした分析されてこういう報告書がまとまったということについては、非常に重要な業績というか結果が出てきたと思っています。

ただ、残された課題も積もっております。この点については、先ほど清水委員もおっしゃったとおり、決済までデジタル化されていて、現金でお金を払いに来る人なんてデジタル化された世界の中で誰もいないわけです。そうすると、決済まで含めて検討すべきだと思います。すなわち、意思形成の過程と合意、そして、最後の決済、これまで一つが全部デジタルの世界の中に移ってきてしまっているというのが今回の問題だと思いますので、決済を今後も検討すべきだと思います。それから、トラブルになったときの相手方は誰かという相手方の特定の問題も、これはまたデジタル化され、匿名性があり、実際の行為者が判明しにくくなっておりますので、そこまできちんと解明できるようになって初めて安心した取引社会のインフラとなると思っております。したがって、第2弾を大変強く期待しているということです。

本当にいい経験をさせてもらいましたし、いい報告書ができているのだと思っております。以上です。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

それでは、板倉委員、よろしく願いいたします。

○板倉委員 ありがとうございます。

取引デジタルプラットフォーム法のほうで、消費者庁で検討させていただいて、国会でも参考人が出てきたわけですが、附帯決議で宿題が出まして、そちらもお手伝いできたということで、大変良い機会をいただきました。

私は匿名の人の情報を何とか開示してくれとひたすら言うておりまして、今までにないぐらい踏み込んで、今後の課題にはなっておりますが、書いていただいたと思います。

要するに、適切な開示請求の制度がない、開示されない、ということは「匿名だったらやっていいのだ」ということを国のほうからメッセージで出してしまうことになります。ここはとにかく言い続けて、通信の秘密は通信の秘密であるのかもしれませんが、しかしながら、これだけのひどい実態があつて、制度の必要性の議論もあつたということを今回

は相当まとめていただいたと思いますし、清水委員からも毎回率直にすごく大変だ、困るという御説明がありました。しかも、今回問題になっている事業者は、一般の事業者のように頑張ろうよと言ったら頑張るような人たちではないということがかなり明確に議事録にも残っております。悪いことをしたらそれはバレるのだというような方向に何とか引き続き議論をしていただいで進めていただければと思います。

また、通販と訪問販売と電話勧誘の垣根もかなり限界が来ているというところも踏み込んで書いていただいで、それを前提にまた必要な議論があると思います。非常に踏み込んで書いていただいたと思います。ありがとうございます。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

それでは、丸山委員、よろしくお願ひいたします。

○丸山委員 今回のワーキングの報告書ではトラブルの現状から迅速な対応の必要性を示すとともに、法規制や取組の現代化を検討すべきことを示していると思います。

行政機関、相談機関とSNS事業者の連携というのは、うまくいけば注目すべき成果を上げられると思いますので、協力的な事業者については例えば広報でも取り上げるなど、様々なインセンティブというのも考えていただければと思いました。

法規制の現代化という点では、不当なSNS勧誘に対する実効的な対策とともに、やはり通販規制の現代化といった視点での検討をぜひ進められるべきではないかと思いました。

目的秘匿型の表示や第三者の規制の在り方というのも、報告書に記載のとおり、検討を進めるべきと思っております。

いずれにしても、この報告書からどのように具体的に運用面および法制度面において、この報告書を反映させたプロセスに進めることができるのかというのが重要であると思いますので、消費者委員会の関係各方面への積極的な働きかけを期待しております。

以上です。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

それでは、万場委員、よろしくお願ひいたします。

○万場委員 ありがとうございます。

今回、本当に真っ当な通販の事業の隣り合わせでこういう悪質な手法があるのだなということを改めて認識させられた委員会でした。

ただ、まとめに当たりまして、4点だけ申し上げたいことがございます。

まず1点目は、とにかく悪質商法というのは姿を変えて繰り返しやってくるということだと思います。事例の11だったか10だったかでも御紹介がありましたけれども、典型的なマルチ商法ですよ。とにかくもうけ話や副業というのは過去にもずっとあった商売の仕方、だましのテクニックで、ただ、それが使っている手段が変わってきたことなので、とにかく悪質商法は姿を変えて繰り返しやってくるということでもあります。

それに対処するには、もちろん法規制の議論、法を厳しく執行していく、それで悪質な事業者を捉えていくということは重要なことだと思っておりますけれども、2番目としまして

は、悪質商法を察知したら、当事者がいるところに実効的なアラートをいかに出していかかということが一番重要なことだと思います。

また、被害をなくすためには、さらに3番目としまして、先ほどどなたかもおっしゃいましたが、行政や関係団体あるいは事業者が連携して、本当に実効的なアラートを出していく仕組みを構築していく必要があるのだなということを再認識した次第です。

それから、4番目としてこれは多分最初に言うべきことかもしれませんが、やはり実践的な消費者教育が本当に大事なのだと思います。浜の真砂ではないですけども、なくなったとしても悪の芽というのはどんどんまた再生されて出てきますので、そうした新たな被害者をなくすためには、学校教育の現場でしっかりと現実即した、本当に現実の世界を踏まえた実践的な教育がぜひとも必要だと思っています。

実は、私どももこの夏、また2回目の教職員向けのオンライン講座をやって、真つ当な通販を上手に利用していただきみたいなことを学校の先生方にこれから消費者になっていく若い人たちに向かって教えていただくようなことを少しずつ活動としてやっておりますので、消費者教育が一番重要だと思っておりますので、ぜひとも皆さんの御協力もいただきながら進めていければと思っております。

以上です。ありがとうございました。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

それでは、一般社団法人ソーシャルメディア利用環境整備機構の藤川様、よろしくお願いいいたします。

○SMAJ ありがとうございます。

まず、ワーキングのほうに参加させていただきまして、ありがとうございました。報告書においてもSNS事業者の自主的取組が必要とされる対策として期待される内容についておまとめいただきありがとうございました。この中でも、先ほどからお話に出ておりますが、行政機関の皆様とも連携させていただいて、実効的な取組につなげられるようを進めてまいりたいと考えております。

私どもとしても、利用者の安心安全の点に関しては非常に重要な課題であり、取り組むべき目的と考えておりますので、こちらは引き続き進めてまいりたいと考えております。

このたびは参加させていただき、ありがとうございました。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

藤川委員におかれましては、自主的な取組について積極的な御意見をいただき、本日もそのような御発言をいただきまして、どうもありがとうございました。

それでは、国民生活センターの加藤委員、よろしくお願いいいたします。

○国民生活センター このたびはワーキング・グループに参加させていただきまして、誠にありがとうございます。

情報商材のトラブルは数年前からあったものですから、何となく耳慣れてしまったところがございましたけれども、私どもが出した件数を見ていると増えてきていて、さすがに

まずいなと改めて思った次第です。

今回、事務局の皆様がすごく丁寧に特商法等、問題点と課題を整理いただきましたし、また、先生方の議論を聞かせていただき、大変頭の整理になりましたし、勉強になりました。

SNS事業者の自主的な取組と国センとか行政との連携は今後ぜひ進めていけたらと思っております。我々が単体でお願いしてもなかなか進みは遅くなりがちですが、今回、こういった報告書に記載いただいたことで、より迅速に進めていければと思っております。今回のワーキング・グループに参加させていただきどうもありがとうございました。

○後藤座長 どうもありがとうございました。

加藤委員におかれましては、様々な事例を紹介していただき、ここでの審議の基礎とすることができました。どうもありがとうございました。

それでは、私ですけれども、本ワーキング・グループではSNS関連の消費生活相談件数が年々増加しているということ踏まえまして、SNSに関する消費生活相談の現状やSNSに関連する情報商材、副業等のもうけ話の消費生活相談に関する相談事例を検討して、そのことから見えてきた課題を5つのテーマ、すなわち、「販売業者等からのSNSのメッセージによる勧誘」、「販売業者等が電話勧誘販売の該当性を争う事案」、「第三者による不当な広告や勧誘」、「販売業者等との連絡不能」、「SNS事業者の自主的な取組」に整理いたしました。その上で、各テーマにつき、関連法令における対応や今後の考えられる課題、業界等の自主的な取組等の在り方を検討し、報告書に取りまとめるということができました。

今後の検討課題とした項目もありまして、引き続きの検討も必要と思われましても、委員の方々及び事務局の方々の御尽力でひとまずの成果を上げることはできたのではないかと考えております。

6か月間、9回にわたる審議への御尽力に心からのお礼を申し上げます。ありがとうございました。

それでは、事務局から何かございますでしょうか。よろしく申し上げます。

○加納事務局長 事務局の加納です。

後藤座長をはじめ、委員の皆様におかれましては、毎回熱心に御議論いただきましてありがとうございました。

SNSを利用して行われる取引における消費者トラブルにつきまして、消費生活相談の状況を踏まえ、課題の整理を行い、関係法令の適用関係やSNS事業者に期待される自主的な取組の在り方等につきまして、幅広い観点から御審議をいただきました。

このような形でワーキング・グループの報告書を取りまとめていただきましたことに、心より御礼を申し上げます。

今回、一定の取りまとめが得られましたけれども、引き続き検討すべき課題も幾つかあるという整理をしていただいたところでもあります。今後、まずはこのワーキングの報告書につきまして、消費者委員会の本会議のほうにも報告をしまして、更に検討すべき課題が幾つかございますので、これに対してどういう対応するかということにつきましても検討

をしていきたいと思っております。ありがとうございました。

○後藤座長 それでは、以上をもちまして、「デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループ」を閉会とさせていただきます。どうもありがとうございました。