

「消費者委員会委員との意見交換会」提出資料

2021年7月19日

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

特定商取引法(以下「法」といいます。)の改正を受け、今回のテーマ「特定商取引法等における契約書面等の電磁的方法による提供に係る政省令やガイドラインの整備に当たって留意すべき事項」について、法改正により予想される消費者保護機能の低下をいかに防ぐか、具体的方策について、以下のとおり意見を述べます。

意見は、書面交付義務の電子化とクーリング・オフの電子化の2項目についてです。

1 書面交付義務の電子化について

今まで紙ベースでの書面交付を義務化していた目的には、書面を見ることで合意の内容を一覧できるという確認機能と、書面を手元に置いておくことで特定継続的役務提供などの長期にわたる契約でも実際に受けてみてサービスが契約内容通りに履行されているか等チェックを容易にできる保存機能の2点がある。

また、これらの機能の他にも、契約内容をよく理解せずに契約に至ることが多い、判断能力が低下した高齢者や人生経験の不足した若年者の契約について、紙の契約書が目につくところにあることで、見守りの人や家族など周りも被害に気が付き救済を行いやすくする機能があると考える。そのためにも、一対一の通信であるメールなど電磁的方法による個人間のやりとりをどのように第三者に気づかせられるかが書面交付義務の電子化でのポイントとなると考える。

確かに、割賦販売法でも、クレジットカードの利用規約などにおいて、書面の一部電子交付が認められている。しかしながら、これらの事業者には特定商取引法の規制対象の業者と異なり参入規制が課され、当局の厳しい監督に付している。一方、消費者被害の多発を背景に制定された特定商取引法においては、規制対象の業者には参入規制がない。この度の電子交付により、再び被害が拡大するのではないかと懸念する声が相談の現場では根強い。

書面交付に代えて電子交付で行う方法を認めることが決まった以上、書面の電子交付について具体的な規定を定めることが必要であり、それが守られなければ書面交付義務が果たされていないとみなすというぐらいの定めを政省令で置くべきである。

以下に、具体的項目に関する提言を記す。

(1) 書面交付方法は、添付ファイル(ダウンロード方式)で書面を交付するだけでなく、必ずマイページをつくり(クラウド方式)そこにも保存する。

ア ダウンロード方式のみは認めない。

紙の交付書面を保存する場合、意識的に処分をしない限り、長期間保存すると思われるが、電子交付の場合は、端末の交換や不具合でファイルを失うことやメモリ空き容量の関係で消去することがままある。交付された電子書面を長期に保存するためにも、クラウド

上のいわゆる「マイページ」で保存することとし、どの端末(環境)、ブラウザからでも見られるようにする。

イ 電子書面は、どの端末どのブラウザでも同じように閲覧できるよう、電子書面の記載項目を見出しにして、項目番号を押すとその項目の詳細が出る統一したフォーマットを定める。

統一フォーマットを定める理由としては、例えば、単に紙の書面を PDF にした場合は、クーリング・オフの赤字赤枠 8 ポイントなどは端末によって見え方が変わり意味をなさない。さらに、スマホなど小さな画面ではスクロールしていかなければ何が書かれているかわからず一覧性がないこともある。

利用規約の承諾などと同様、何が書かれているか最後まで読まなくてはわからないような書式は避けなければならない。

(フォーマットの例)

- 見出し
1. 相手方事業者→(クリックやタップにより)名称、住所、連絡先、担当者名、メールアドレスが出る
 2. 契約年月日→契約日だけでなく継続的役務などはいつまでか確認できる
 3. 契約内容→商品役務の内容、金額等
 4. クーリング・オフについて→注意事項だけでなく、電子的に行うクーリング・オフのアドレス記載を記載しリンクを貼っておき、そのフォームに飛ぶようにする
 5. 支払方法 など

ウ マイページの表示方法を標準化して、記載場所を統一する。

車やテレビ・ビデオのリモコン、電話機では色や記号が標準化されているのと同様に、記載場所をすぐに見つけられるようにする必要がある。

エ マイページのログイン ID、パスワードは圧着はがき等の紙媒体で重要確認事項として、郵送することを義務付ける。

マイページに慣れていない高齢者などは、マイページのログイン方法や見かたがわからない。またマイページを訪問販売業者などに勝手に設定されることもある。圧着はがきが郵送されることにより、周りの気づきの機会も増えると考ええる。

(相談事例)PC は所持せず、スマホはあるが通話しか使っていない高齢者が通信会社の IP 電話を加入する時に、来訪の勧誘員に勝手にスマホから専用メールアドレスを設定され、そこに毎月請求書が届いていたため、他にオプションを契約していることや高額な請求額等に本人や遠くにいる家族は全く気付かなかった。不審な引き落としがあると相談室に相談があり、郵送された契約書の記載から ID などがわかり契約内容の全容が見えて解決できた。

(2) 高齢者の所持する端末を操作してアドレスを作ることを禁止する。

電気通信サービスの契約などで、訪問者に勝手にスマホを操作されてアドレスを作られることがある。上記相談例のように端末の操作に慣れていない人の場合、わからないからと他人が設定することもあるが、本人が操作して登録等をしなければならないとする。

(3) 全契約者について、電子交付の承諾を取る場合には、承諾を取る時の様子を動画で撮影し保存しておく。

この動画がなく、争いになった場合には、未承諾とみなし書面不交付でクーリング・オフに応じるように規定する。なお、事業者にとっても、後日争いになった場合に備え、承諾の正当性を主張するために必要な措置だと考える。

2 クーリング・オフ通知の電子化について

通常の場合、最近の通信取引は発信後瞬時に相手方に届く。しかし、事業者から「受信していない」と言われた場合、一般消費者には発信したことの証明が難しい。また、消費者が正常に発信し、事業者が届いたとしても、改ざんが簡単であり、メールアドレスも書き換え可能という問題点がある。

事業者にもメール等が届かない原因として、通信障害、事業者のスパム判定で別のところに格納されること、消費者のメールアドレス入力ミスが考えられる。しかし、今般の法改正では書面によるクーリング・オフと同様に、電磁的方法によるクーリング・オフの通知においても発信主義(電磁的記録を発送したとき)を採ることが明らかにされた。これを受け、事業者が届いていないと主張しても、消費者に発信する意思があったことが立証できれば、仮にメールアドレス違い等の消費者の過失があった場合においても、発信したと認めるというスタンスが必要である。

(1) クーリング・オフ専用のアドレスをつくる。電子書面ならばリンクを張る。専用フォームも設けることも良い。

専用アドレスでは自動返信を含め必ず返信をする。消費者から専用アドレスに連絡があれば、必ず速やかにクーリング・オフを実行するとの意味を持たせる。

(2) 電子的にクーリング・オフする場合には発信した証拠を削除せず残すことを周知し、消費者が発信したと言えれば認めることとする。

消費者側の安全対策(発信したことの証明)として、クーリング・オフ通知メールを送る時、cc に信頼できる第三者を入れることが考えられるが、第三者に事情を言いにくいものである。信頼できる第三者として、消費生活センターを cc に入れるよう周知できるとよい。

(3) 電子的記録はメール、SMS、メッセージ等を問わないとする。

クーリング・オフは一定の契約に限り一定期間無条件で申込みの撤回又は契約を解除できる消費者の権利であるため、期間内の意思表示を重視し、LINE 等のSNSに事業者トークルームを作っている場合は、そこで解約することも認める。

(4) 代表者宛でなくとも、社員、担当者にクーリング・オフの意思表示をすれば、表見代理として政省令でクーリング・オフを認めることにする。

若者の場合は、担当者のみとメールやメッセージでやり取りしていることが多い。クーリング・オフの通知は事業者宛であるとの消費者への注意喚起は当然必要と考える。

しかし、万一会社代表者でなく担当者に送っても表見代理としてクーリング・オフを認めるようにすることが必要である。

(5) クーリング・オフに際し、本人確認との名目で身分証明書の提示を求めることは禁止する。

(相談事例) 通信販売で定期購入とは気づかずに初回 500 円という健康食品を購入した。解約は LINE からしか受け付けないといわれ、LINE 登録を拒否したところ、本人確認のため、身分証明書を電子データで送らなければ解約できないと言われた。

3 その他意見

書面電子化の流れと、高齢者のトラブルが引き続き多い現状に鑑み、「不招請勧誘禁止規定」の導入を検討すべき、と消費者団体としては考える。

以上