

「特定商取引に関する法律施行令及び預託等取引に関する法律施行令の一部を改正する政令（案）」等に関する意見募集の結果等について

1. 意見募集対象

- ・特定商取引に関する法律施行令及び預託等取引に関する法律施行令の一部を改正する政令（案）
- ・特定商取引に関する法律施行規則の一部を改正する命令（案）
- ・預託等取引に関する法律施行規則の一部を改正する内閣府令（案）

2. 意見募集方法の概要

(1) 意見募集期間

令和4年11月30日（水）から令和4年12月29日（木）まで（30日間）

(2) 周知方法

電子政府の総合窓口（e-Gov）ウェブサイト及び消費者庁ウェブサイトに掲載

(3) 意見提出方法

ウェブサイト上の意見提出フォーム、FAX 又は郵送

3. 意見提出総数

- ・提出者数：260 者（個人 146 者、法人・団体 30 者、その他記載のないもの 84 者）
- ・提出意見数：1,084 件（今回の意見募集対象と関係しない御意見 41 件を除く）

4. 主な御意見とそれに対する考え方

別紙1及び別紙2において、主な御意見を四角囲み（明朝体で記載）、それに対する考え方を⇒（ゴシック体で記載）で示しています。

※なお、御意見を踏まえて修正した箇所はありませんが、意見募集後に、一部につき形式的な修正を行いました。

パブリックコメントにおける主な御意見及び回答について (契約書面等の電子化に係る規定の新設の関係)

○特商法施行令案第 4 条第 1 項等の関係

特商法施行令案第 4 条第 1 項等による承諾を、口頭や電話でなく、書面又は電磁的方法による方法にしたことに賛成する。

⇒ 賛成の御意見として承ります。

○特商法施行令案第 4 条第 2 項等の関係

特商法施行令案第 4 条第 1 項等の承諾を得た場合であっても、電磁的方法による提供を受けない申出があったときには、電磁的方法による提供を禁止することに賛成する。

⇒ 賛成の御意見として承ります。

電磁的方法による提供後に撤回の意思表示が届いた場合、電磁的方法による提供と書面の 2 回交付することになる。よって、この場合は、1 回目の交付がクーリング・オフの起算点となることを明記されたい。

⇒ 特定商取引に関する法律施行令（以下「特商法施行令」といいます。）案第 4 条第 2 項等は、承諾の撤回を認めるものの、あくまで電磁的方法による提供がなされるまでに承諾の撤回があった場合の規定であり、電磁的方法による提供がなされた後に撤回がされたとしても、書面の交付が義務付けられるものではありません。そのため、原案どおりとさせていただきます（なお、事業者が任意で書面を交付することを否定するものでもありません。）。

○特商法施行令案第 34 条第 1 号の関係

特商法施行令案第 34 条第 1 号の改正それ自体には反対しないものの、「特定商取引に関する法律施行令案第 16 条の 3 で規定する物品の具体例」や逐条解説等を通じて改正後も二輪車が訪問購入規制の対象物品であることを周知するように求める。

⇒ 賛成の御意見として承ります。なお、御指摘の点については、改正後も二輪車が訪問購入規制の対象物品であることを申し添えます。

○特商法施行規則案第8条第1項等の関係

「電磁的方法で契約書面の提供を行う方法」として「特商法施行規則案第8条第1項第1号（イ、ロ）、第2号」に規定する方法それぞれの「具体例」。

⇒ 例えば、特定商取引に関する法律施行規則（以下「特商法施行規則」といいます。）案第8条第1項第1号イは電子メールで送信する方法、同号ロは消費者がファイルをダウンロードする方法、同項第2号はファイルが記録された媒体を交付する方法です。

特商法施行規則案第8条第1項第1号イ「電子計算機に備えられたファイルに記録する方法」による特商法第4条第3項「ファイルへの記録がされた時」の解釈は、事業者が送付したメールが消費者の使用するメールサーバーに到達した時と考えてよいでしょうか。また、特商法施行規則案第8条第1項第1号ロ「電子計算機に備えられたファイルに当該事項を記録する方法」による特商法第4条第3項「ファイルへの記録がされた時」の解釈は、特商法施行規則案第8条第1項第1号ロとほぼ同一の文言を使用する同施行規則案第14条第1項第1号ロの解釈（「特定商取引に関する法律・解説（令和4年6月1日時点版）」に記載されている以下の解釈）と同様に、ID番号とパスワードを消費者に付与して消費者がそれらを申込みをした者が入力することによって必要事項を閲覧可能となった時点（消費者が必要事項が掲載されているウェブサイトアクセスしようと思えばアクセスが可能となった時点）と考えてよいでしょうか。

⇒ 前段については、一般的には御認識のとおりです。後段については、特商法施行規則案第8条第1項第1号ロの方法を用いた場合の特定商取引に関する法律（以下「特商法」といいます。）第4条第3項「ファイルへの記録がされた時」とは、実際に消費者の使用する電子計算機に備えられたファイルへの記録がされた時（ダウンロードが完了した時）を指します。

契約書面等の電磁的方法による提供方法に、HP閲覧及びダウンロード方法を含んでいること（特商法施行規則案第8条第1項第1号ロ）に反対する。

⇒ 契約書面に記載すべき事項を電磁的に提供する方法にウェブサイトの閲覧のみは含んでおりません。ダウンロードについては、消費者の使用に係る電子計算機に備えられたファイルに記録がなされ、消費者の元にデータが残るため、電子メールによる送付と同様の効果が得られることから、原案どおりとさせていただきます。

特商法施行規則案第8条第1項第1号ロ、第9条につき、SNSが含まれていない

ことを、ガイドライン等で明示するべきである。

⇒ 「電子情報処理組織を使用する方法」及び「電磁的方法」には、条文の要件を満たす限りにおいて SNS も含まれると解されており、条文に反することをガイドラインで明示することは致しかねます。

○特商法施行規則案第 8 条第 2 項等の関係

編集パスワードを付するためには有償ソフトウェアや有償機能が必要となる可能性があり、消費者に費用や手間がかかる。特に編集パスワードの付与が電磁的方法による提供に必須となれば、当該機能を有するソフトウェアの有償化・値上げが行われるリスクがあり、想定よりも消費者にかかる負担が大きくなる可能性がある。改ざん防止については事業者でも解除できない形式でのパスワード付与、タイムスタンプ付与、画像データとしての保存等、消費者が対応をしなくとも同等の効果を得られる手法は多くあり、その中で特定のかつ利便性の低い手法に限定すべきではない。

⇒ 改ざん防止のための具体的な手法については、特段政省令で制限を課しておりません。

(「特商法施行規則案第 8 条第 2 項第 2 号」の)「ファイルに記録された書面に記載すべき事項について、改変が行われていないかどうかを確認することができる措置」の「具体例」。

⇒ 例えば、提供されたファイルのハッシュ値を用いることで改変が行われたことが確認される措置などが考えられます。

○特商法施行規則案第 8 条第 3 項等の関係

従前の報告書では、「電子メールによる提供の場合は、件名表示に重要性を認識できるように表示することと、本文冒頭にも注意事項を記載すること」が記載されていたかと思いますが、明瞭性だけではなく、上記の画面サイズの小ささを補完するような重要な情報を別途、件名や本文冒頭などのわかりやすい部分にて情報提供するような仕組みが必要であると考えます。

⇒ 御指摘の点は、消費者が書面に記載すべき事項を電磁的方法により提供されたことに気付かずにクーリング・オフ期間が経過することを防止する等の観点から検討されたものであるところ、特商法施行令案第 4 条第 3 項等において事業者が消費者に対し書面に記載すべき事項の到達確認をすることを規定したことにより、消費者が気付かずにクーリング・オフ期間が経過することを有効に防止することが担保さ

れたといえるため、原案どおりとさせていただきます。

8ポイント以上の活字を使用し、クーリング・オフ条項は赤字・赤枠で表示するなどの規制を定める特商法施行規則案第6条（現行第5条第3項）・第7条（現行第6条第6項）は、申込書面・契約書面が適用対象とされていますが、電子データの提供の場合においても同様の規制を設けるべきです。同時に、赤字・赤枠による強調処理を反故にされないよう、契約条項の本文は黒文字に限定し、赤字・赤枠による強調表示をクーリング・オフ条項の記載以外において用いることが禁止されることをガイドラインに明記すべきです。

⇒ 前段については、特商法施行規則案第8条第2項第1号等が「ファイルへの出力をすることにより書面を作成できるものであること」という基準を設けていることから、作成される書面は特商法施行規則案第6条や第7条の基準を満たすものであることが求められるため、原案どおりとさせていただきます。また、後段については、特商法施行規則案第8条第3項が「明瞭に読むことができるように表示しなければならない。」との義務を課しているため、例えば、赤地に赤字を記載するといったような場合などには、明瞭に読むことができるように表示していないと評価されると考えられます。ガイドラインへの記載などについては御意見として承ります。

単に「当該事項を明瞭に読むことができるように表示しなければならない」としか明示されていませんが、この「明瞭に」という表現は非常に曖昧漠然としており、どう感じるかは個人差もありますので、通達等によって具体的に示して頂きたく存じます。

⇒ 御意見として承ります。

○特商法施行規則案第10条等の関係

訪問販売における契約書面等の電磁的提供の承諾につき、以下の方法で対応することは可能か。

1. 消費者宅へ営業員が訪問した際、適切な適合性確認（特商法施行規則案第10条第3項、同項第4項）が実施されることを停止条件とする電磁的提供の承諾を得る
2. その場で承諾を得たことを証する書面を交付する
3. 営業員が退去後に、消費者から事業者 HP にアクセスしてもらい、適合性確認を行う
4. 申込みがある又は契約締結した時に、契約書面等の電磁的提供を行う（※適合

性確認ができていない場合は、直ちに契約書面等を交付する)

⇒ 個別の具体的な事案にお答えすることは困難ですが、一般的な訪問販売の場合、承諾の取得に当たっての説明及び確認等を行い、書面又は電磁的方法により承諾を得て、特商法が定める電磁的方法により書面に記載すべき事項を提供すれば、書面交付義務違反にはならないと考えられます。

たとえば、「連鎖販売取引」の契約に必要な「概要書面」と「契約書面」の提供に際しては、これを電磁的方法による「提供」とする場合、「概要書面」及び「契約書面」の両方に「承諾等の手続き」を踏襲する必要のある規則であるのか。あるいは、「概要書面」の提供に際してあらかじめ消費者の承諾を得て電磁的提供を行った場合には「契約書面」提供に際しては前の「承諾」を有効とする（「承諾」手続きを省くことができる）と解されるのか。その辺が「特商法施行規則案第 82 条」では曖昧になっている。もとより「概要書面」は連鎖販売取引等においては当該ビジネスに勧誘するに際して「相手方」に丁寧かつ正確な情報を提供する必要性の高いものであり、「契約書面」とは別に「当該承諾を得る」ために必要な手続きを記載すべきものとする。もし「通達」や「ガイドライン」などを予定しているのであれば「概要書面」交付のプロセスについても詳細かつ明確な説明を要望する。

⇒ 概要書面と契約書面は別個のものである以上、それぞれについて、電磁的方法により提供することの承諾を得る必要があります。ガイドラインにおける明確化については、御意見として承ります。

一度、電磁的方法による提供の承諾を取得した後、新たな取引をする場合においても、その都度、初回取引と同様の説明確認等の実施を義務とすると、例えば1週間後に新たな取引を行うことを想定した場合、説明確認等を受ける者に不要な負担を負わせることとなります。そのため、適合性確認を行った同一消費者に対する説明確認等は不要とするか、確認方法を簡素化するようご配慮いただきたいと思います。

⇒ 適合性の確認及び承諾の取得は取引ごとに必要となりますので、原案どおりとさせていただきます。

特商法施行規則案第 10 条第 1 項に基づく適切な説明をせず、あるいは、同条第 3 項に基づく適切な確認を行わない等、これら行為規則に違反したうえで、電磁的方法により提供した場合は、特商法第 4 条第 1 項等の「書面を交付したものとみなす」ことにはならない旨を規定上（あるいはガイドライン上）に明記すべきである。

⇒ 説明や確認を行わなかったために、消費者が真意に基づく承諾をしていなかったにもかかわらず、契約書面に記載すべき事項を電磁的方法により提供した場合、書面交付義務違反となります。ガイドラインにおける明確化については、御意見として承ります。

承諾を得た証明としての書面交付や、複雑な確認義務・説明義務は不要。

⇒ 消費者の真意に基づく承諾の確保や第三者の関与の観点から御指摘の規定はいずれも必要と考えられることから、原案どおりとさせていただきます。

○特商法施行規則案第 10 条第 1 項等の関係

特商法施行規則案第 10 条第 1 項第 3 号に、クーリング・オフに関する説明義務を設けたことに賛成する。

⇒ 賛成の御意見として承ります。

特商法施行令案第 4 条及び同施行規則案第 10 条等における書面の電子化承諾取得に係る説明事項につき、書面が原則であることの意義、電磁的方法との比較（消費者保護目的、保存方法の適否）なども含めるよう明記すべきと考える。

⇒ 今回の規則案では、承諾をしなければ書面が交付されることなどの必要な事項の説明を求めています。その上で、いたずらに説明事項を増やすことは重要な説明事項を不明瞭にしかねませんし、御指摘の「意義」や「比較」は、真意による承諾を行うに当たって消費者の事前の理解が不可欠な要素とはいえませんので、原案どおりとさせていただきます。

特商法第 4 条第 2 項の電磁的提供の承諾を得る前提として、特商法施行規則案第 10 条第 1 項で求められる事業者から消費者への説明義務につき、事業者の負担が重くならないようにご配慮をいただきたいと思います。

⇒ 御意見として承ります。

説明事項として、特商法施行規則案第 10 条第 1 項第 1 号にて「承諾をしなければ」紙の書面交付となることという表現は、承諾することが原則であるかのように受け取られる表現であり、条項の文言を検討会報告書のように書面が原則であることが明確となるような表現とするか、少なくとも、説明義務、又は禁止行為としての不実告知におけるガイドライン（通達）等にて書面が原則であることに反する説明が違反となる旨を明確にすべきであると思います。

⇒ 同号は、消費者が「説明」及び「確認」を受けた上で「承諾」をしなければ書面が交付されることを説明するよう規定したものであって、書面交付が原則である旨は明確であるため、原案どおりとさせていただきます。

特商法施行令案第 10 条第 1 項冒頭で、「書面での交付が原則であること」を事業者の説明義務とすることを明記するべきと考える。

⇒ 特商法第 4 条第 1 項等が書面の交付義務を定め、同条第 2 項等で「書面の交付に代えて」と規定していることから、書面の交付が原則であることは明らかであり、原案どおりとさせていただきます、ガイドライン等において特商法施行規則案第 10 条第 1 項第 1 号の「承諾をしなければ」の意義について明らかにしてまいります。

特商法施行規則案第 10 条第 1 項の文言としては、「販売業者又は役務提供事業者は、前条各号に掲げる事項を示すときは、申込みをした者に対し、本来は書面の交付が原則である旨を告げた上で、次に掲げる事項を説明しなければならない。」と修正すべきです。

そして、第 1 号の文言としては、「申込みをした者が第 1 項の説明及び第 3 項の確認を受けた上で、特商法第 4 条第 2 項の規定による承諾をしない場合には、原則に戻って同条第 1 項の書面が交付されること。」と修正すべきです。

⇒ 特商法第 4 条第 1 項等が書面の交付義務を定め、同条第 2 項等で「書面の交付に代えて」と規定していることから、書面の交付が原則であることは明らかであり、原案どおりとさせていただきます、ガイドライン等において特商法施行規則案第 10 条第 1 項第 1 号の「承諾をしなければ」の意義について明らかにしてまいります。

特商法施行規則案第 10 条第 1 項について、説明義務の項目に、(契約書面に署名捺印せずとも、) 電磁的な方法により交付されたデータ上でクラウドサインをすることで、契約は成立したことになるという点を加えるべきである。

特商法施行規則案第 10 条第 7 項について、交付する承諾書面に記載する事項については具体的に提案されていないが、承諾書面に記載する事項については、契約の重要事項に加えて、電磁的契約書面交付により契約が成立することについても、ガイドライン等で具体的に示すべきである。

⇒ 契約の成立時期は当事者間の意思が合致した時であって、署名や書面交付が成立の要件ではありませんので、原案どおりとさせていただきます。

迷惑メールフォルダに入ってしまった場合は、受け取ったことになるのでしょうか。プロバイダーやセキュリティソフトにより、メール自体が届かない場合はどうなるのでしょうか。高齢者にはよくある話ですが、そもそも、自分のメールアドレスを間違えて申告、受信できないという相談もあります。

⇒ 消費者の使用に係る電子計算機に備えられたファイルへの記録がされたといえるのであれば、到達したものとみなされるものの、御質問のような場合、特商法施行令第4条第3項等に基づく事業者からの確認の際に、消費者が届いていないと告げることにより、再送されるか書面が交付されることとなることが想定されます。

5インチ以上という設定はあまりに小さすぎると思います。特に、被害が懸念される高齢者の方は、ただでさえスマートフォンで長文を読むことに慣れておらず、よく読まないまま「同意」してしまうことが想定されます（若い人であっても、画面をスクロールしてまで見ようとしない消費者がいることも容易に想定されます。）。特商法は消費者が被害に遭いやすい取引類型を規制している以上、一般商取引が基準とすべきではなく、画面をきちんと見ない消費者の方が悪いとでも言うべき制度設計であるべきではありません。最低限、画面サイズとしては少なくとも一般的なタブレット程度が必要です。明瞭であることは必要ですが、画面サイズが小さければ、結果、どんなに明瞭な表現等を用いても、物理的、視覚的に情報を十分に読み取ることができないと思います。

⇒ 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報告書の内容を踏まえて、クーリング・オフなどの法定事項を、電磁的方法により提供を受けることを承諾した消費者に伝達する場合において、いかなる画面サイズであれば書面と同様の伝達効果が得られるのか、関係機関とも相談の上で、慎重に検討を行いました。現状の契約書面には大小様々なサイズ（例えば A5 サイズや手帳サイズ等）があるという実態や、特商法施行令第4条第3項等において閲覧確認がなされるようになることも踏まえて、どのような表示面積を有する機器を条件とすることが適切か、多角的に検討を行った結果、最小のスクロール操作により、記載事項の意味のまとめ（一段落）を、一覧性を有する形で表示させることが可能な下限値として、四捨五入した数値が5インチ以上の表示画面としたものです。これは、書面並みの一覧性を有する形で表示可能な機器を条件とする検討会報告書の内容にも矛盾しない大きさであることから、原案どおりとさせていただきます。

なお、スマートフォンの画面上であえて表示を読みにくくする等の悪質行為を防止するため、特商法施行規則案第8条第3項等において、「明瞭に読むことができるよう表示すること」を規定しています。今後策定予定のガイドラインで表示の具体例を示す等、しっかりと書面が持つ消費者保護機能が確保されるよう配慮してい

きます。

画面サイズを含め、どのようなデバイスを使いやすいと感じるかは主観の問題であり、消費者が使用するデバイスは消費者が自由に選択できるべきだと考えていますが、特商法施行規則案では、普及率が高いスマートフォンでも殆どの機種が該当すると思われるため賛成いたします。

⇒ 賛成の御意見として承ります。

特商法施行規則案第 10 条第 1 項第 4 号の受け取る電子機器の画面サイズについて、5 インチ以上との指定となっておりますが、現在販売されている量販スマホにおいて 4.7 インチのもの（例 iPhone SE）が存在しており、5 インチ以上を指定すると混乱する可能性があり、また今後ウェアブル端末などをモニターにするタイプも存在する可能性があると思いますので、画面拡大機能があれば画面の指定は必要ないと思います。

⇒ 画面サイズについては、あまりに小さな画面では記載事項が一覧性を有する形で明瞭に読めなくなるため、一定の大きさは必要であるという観点から、小数部分を四捨五入して 5 インチ以上と定めたものであり、原案どおりとさせていただきます。

○特商法施行規則案第 10 条第 2 項等の関係

平易な表現をするべきという特商法施行規則案がありますが、どのような消費者でも理解できる水準の平易さを求めます。

⇒ 平易とは、当該取引を行う一般的な消費者にとって平易であることをいいますが、具体的な説明が平易か否かは個別なケースによります。

訪問販売等での消費者に対する説明において、平易な表現を用いることを義務付ける規定には反対である。

⇒ 平易ではない表現を用いた説明により理解が不十分な状態で承諾を得ることは、消費者が真意に基づき承諾したとはいえず、そのような承諾に基づいて契約書面に記載すべき事項を電磁的方法により提供されることは、消費者にとって不利益となることから、原案どおりとさせていただきます。

事業者が、契約書面に代えて電子データの送信で足りるとの承諾を消費者から得るに先立つ説明において、契約書の全文が、電子計算機の画面で何十スクロール分に相当するなどの具体的説明を行うべきことや、消費者の使用する電子機器上でサ

ンプル契約書を表示させて実際の表示画面を確認できる機会を設けることなどをガイドラインに明記すべきと考えます。

⇒ いたずらに説明事項を増やすことは重要な説明事項を不明瞭にしかねませんし、契約書面の具体的な文量は、真意による承諾を行うに当たって消費者の事前の理解が不可欠な要素とはいえませんので、原案どおりとさせていただきます。

○特商法施行規則案第 10 条第 3 項等の関係

特商法施行規則案第 10 条第 3 項第 1 号について、最近の訪問販売では、事業者が持参したタブレットで申込み手続をさせ、通信販売を装うケースもあると聞いているところ、このような脱法行為を防ぐには、本人が日常的に使用している機器に限定することが必須ですので賛成します。

また、現代では高齢者向けスマートフォンも普及しているものの、誰もが高度な機能を使いこなしているわけではなく、メールの送受信やファイルの閲覧・保存ができない人も珍しくありません。そこで、ウェブを利用する場合には、本人が「ファイルの閲覧・保存機能を日常的に使いこなしている」ことが必要ですし、電子メールによる場合には、契約時に事業者が操作してフリーのメールアドレスを取得させ、そこに電子データを送信するような脱法行為を防ぐため、日常的に使用しているアドレスに限定することが必要ですので、これも賛成です。

⇒ 賛成の御意見として承ります。

デジタル適合能力を有する消費者のみが、利便性を損なうことなく電磁的提供を受けることができるよう、消費者保護と消費者利益を両立させる規定（適合性の確認方法をより柔軟なものにする、もしくは選択肢を増やす等）のご検討をお願いいたします。

例えば、自ら電磁的方法により事業者の web サイトにアクセスし、E メールアドレスによる認証を行う方法（例：web サイトで仮登録し、入力したメールアドレスに届いた URL からアクセスした web ページで本登録する）、SMS 認証を行う方法等によると、適合性の確認は十分であり、適合性確認の目的を果たすために、政省令案のような手続きは必ずしも必要ないものと考えます。

⇒ 特商法施行規則案第 10 条第 3 項第 1 号及び第 2 号に定める適合性の確認は同条第 4 項の方法により行うとされているところ、御指摘のような方法が同項に定める方法に合致するものであれば御指摘のような方法を妨げるものではありません。

事業者は、契約しようとする者に対して、「必要な電子計算機を自ら操作するこ

とができる特定継続的役務の提供を受けようとする者等に限り、電磁的方法による提供を受けることができること」を「説明しなければならない」（特商法施行規則案第 10 条第 1 項本文）としているが、当該事項を説明すれば足り、例えば端末の画面サイズ等を事業者が確認することまでは求められていないとの理解で相違ないか。

⇒ 事業者は、消費者が記載事項の閲覧のために必要な電子計算機（画面サイズが 4.5 インチ以上であるもの）を日常的に使用していることを確認することが求められます（特商法施行規則案第 10 条第 3 項第 1 号等）。

サイバーセキュリティの確保について、具体的にどのような方法で確認すれば足りるのか。また、確保できているかの判断基準はどこにあるのか明示してほしい。

⇒ 例えば、消費者の使用する機器からインターネット上で電磁的方法による提供について承諾を得る際に行われる通信を通じて、消費者の使用する機器の OS のバージョン等の情報を得る方法で、用いられる OS・アプリがサポート期間内であることが確認された場合については、サイバーセキュリティが確保されていると判断されます。

申込みをした者が閲覧のために必要な電子計算機に係るサイバーセキュリティを確保していることの確認を販売業者等に義務付ける規定には反対である。

⇒ 例えば、サイバーセキュリティの確保されていない電子計算機を使用している場合（消費者の使用する機器の OS・アプリがサポート終了しているような場合等）、当該消費者は電磁的記録の提供に適合しているとは認められない（記載事項が判読できなくなるリスクが高まる）ため、原案どおりとさせていただきます。

特商法施行規則案第 10 条第 3 項の説明は、動画でもよいでしょうか、また、説明文を電子機器の画面上に表示したり、説明文を書面で交付することで足りるでしょうか。

⇒ 特商法は説明の具体的手段を限定するものではありません。消費者が真意に基づく承諾ができるような説明を心掛けていただくことが肝要となります。

○特商法施行規則案第 10 条第 4 項等の関係

特商法施行規則案第 10 条第 4 項の適合性確認の方法は具体的に何か。明確化すべきであると考えます。

⇒ 今後ガイドライン等において明確化することを検討していきます。

「必要な操作を自ら行うことができ」、デバイスやメールアドレスを「日常的に使用」していることを事業者がどのように確認するのか。特に、遠隔地での非対面の取引において、何をもってこれらを確認するのか、具体的に明らかにされたい。

⇒ 例えば、消費者が自らの使用する機器を用いてインターネット上で電磁的方法による提供について承諾を得ることにより、デバイスやメールアドレスを「日常的に使用」していることを確認できると考えられます。

○特商法施行規則案第 10 条第 5 項等の関係

特商法施行規則案第 10 条第 5 項の「氏名及び第 1 項の説明の内容を理解した旨を記入」とは具体的に何をどのような方法で行うものか。同項では「申し込みをした者の氏名及び…内容を理解した旨を記入すること」と規定されているが、その方法として、プルダウンリストから消費者の意思で回答を選択できるような方法（「当該申し込みをした者の当該承諾に係る認識が明らか」になる方法であると考えます。）や、キーボード等でフルネームを入力する方法は可能でしょうか。

⇒ 同項ただし書において、「記号の記入その他の当該申し込みをした者の当該承諾に係る認識が明らかにならない方法を用いてはならない」と定められており、プルダウンリストから選択するのみで承諾を得る方法は同項の要件を満たしません。他方で、キーボード等でフルネームを入力する方法を否定するものではありません。

特商法施行規則案第 10 条第 5 項についていわゆるチェックボックスや番号選択による承諾を禁止する規定と考えられるが、なぜ禁止するのか。

⇒ チェックボックスや番号選択による承諾では真意に基づく承諾であるか否かが客観的に明らかにし難いことから、原案どおりとさせていただきます。

報告書では、「承諾取得については、単に口頭やチェックボックス等の簡便な方法による了解ではなく、自筆署名や重要事項について理解の上で必要事項を入力する等、消費者の自覚が促され、記録が残る方法とすべきではないか。」「チェックボックスや『進む』ボタンのクリックだけでは不適切。」とされました。こうした内容については、具体的なガイドラインを示して、事業者が適切に対応できるようにしてください。

⇒ 今後の執務の参考とさせていただきます。

○特商法施行規則案第 10 条第 6 項等の関係

申込をした者が指定する第三者にも、電子交付の内容を電子メールにより同時に送付することを義務付ける規定について、同時とすることに反対である。

⇒ 第三者の関与による契約のチェックを十分に確保する観点からは、その関与を遅くすべきではなく、技術的にも困難を伴うものとは考えられないことから、原案どおりとさせていただきます。

○特商法施行規則案第 10 条第 7 項等の関係

書面を電子で交付することについて承諾を得たときは、原則として、承諾を得たことを証する承諾書面を交付することを義務付けることに賛成します。

⇒ 賛成の御意見として承ります。

特商法施行規則案第 10 条第 7 項「当該承諾を得たことを証する書面」の記載事項は何でしょうか。

⇒ 特商法は記載事項を具体的に定めておりませんが、「当該承諾を得たことを証する書面」とされておりますので、消費者が何の契約に関し、書面の交付に代えて当該記載事項を具体的にどのような電磁的方法により提供を受けることについて承諾したのかを明らかにされた書面であることが記載事項として考えられます。

特商法施行規則案第 10 条第 7 項「当該承諾を得たことを証する書面」の交付が隔地者間で行われる場合、到達主義か発信主義のいずれでしょうか。

⇒ 特段の定めがないため、原則に従い到達したときに交付となります。

検討会第 5 回議事録 22 頁 16 行以降や同報告書注 10 に記載がありますが、当初の訪問時に電磁的提供の承諾を得るということは、理論上可能であっても、実際は困難な場合が多いものと考えます。

結果として、当初の訪問時のその場で検討も不十分な状態のままで申込みまたは契約まで決断させて署名いただくか、消費者側に訪問の要望がない場合であっても再度承諾書面を交付するためだけに消費者の自宅を訪問するかの選択となるのは、消費者保護及び消費者の利益の観点からも不合理ではないかと考えます。

また、消費者からのインターネット等を通じた申込みがあったのちに、遠隔で電磁的提供の承諾を取得した場合は、承諾を得たことを証する書面を再度訪問（または郵送）により交付するまでは、契約書面を電磁的に提供することができないこととなりますので、タイムラグが生じ、事業者側だけでなく消費者側の利益も損なわれることになると考えます。

そのため、承諾を得たことを証する書面は電磁的提供の前に交付するのではなく、電磁的提供の承諾を得た後、「遅滞なく」交付するという建付けとすることを御検討いただきたい。

⇒ 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報告書の内容を踏まえ、第三者が契約の存在についてできるだけ早く気付く機会を与える観点から、原案どおりとさせていただきます。

○特商法施行規則案第 12 条等の関係

内容として賛成です。事業者の顧客として消費者が不利益を被らないようにフォローすべきであって、その1つとして、事業者は、書面の交付であればその場での消費者とのやりとりが可能であるように、電子データの提供においても事業者が送信して終わるというものではなく、最低限、到達確認をすることは必要なことだと思います。

⇒ 賛成の御意見として承ります。

確認に当たっては、その電子データが契約条項やクーリング・オフ規定を記載した重要なものであり、メールサーバーに到達した日がクーリング・オフの起算日となることを告げることを、ガイドラインで規定して頂きたい。

⇒ 御指摘の点は、特商法施行規則案第 10 条第 1 項に基づく承諾取得に当たっての説明で担保されるものであって、法令で到達確認に当たって何を告げるかを定めていないため、特段ガイドライン等においても、到達確認において告げるべき事項を定める予定はありません。なお、到達確認の際には、閲覧可能なことの確認を通して、御指摘の事項は消費者の目に触れることとなると考えられます。

特商法施行規則案第 12 条が、その方法として、電話、電子情報処理組織を使用する方法のほかに、「その他の方法」を認めているのは相当でなく、確実に確認できる方法に限定すべきである。

⇒ 実際に到達確認できる方法であればその方法を具体的に限定する必要性はないため、原案どおりとさせていただきます。

特商法施行令案第 4 条第 3 項、施行規則案第 12 条による電磁的提供後の消費者への確認は、電磁的提供の有効性に影響がないという理解でよいでしょうか。

⇒ 特商法施行規則案第 12 条による電磁的提供後の消費者への確認をせずに、閲覧することができないファイルのみが記録されていたような場合には、書面交付義務

違反となります。

総じて特商法施行規則案で定めた交付時の確認作業が多く電子交付の利便性を阻害する、もしくは形骸化する可能性を感じます。例えば、特商法施行規則案第12条の確認などは現在の電子機器の機能からいえばあまり必要ないように思いますので省略してもよいと思います。

書面を電子交付した場合に、消費者に対して、電子交付された書面の到達及び閲覧に支障がないことを確認するよう事業者に義務付ける規制には反対である。

販売業者又は役務提供事業者は、特商法第4条第3項に規定する事項を同項に規定する電磁的方法により申込みをした者に提供したときは、当該申込みをした者に対し、当該事項が当該申込みをした者の使用に係る電子計算機に備えられたファイルに記録されたか否か及び当該事項の閲覧に支障があるか否かを主務省令で定める方法により確認するものとするに反対する。

⇒ 到達確認については、連絡先の誤りやブロック設定等の種々の要因による未達や、消費者が気付かずにクーリング・オフ期間が経過することを防止する等の観点から必要なものであり、原案どおりとさせていただきます。

○特商法施行規則案第18条第9号等の関係

電磁的方法による提供と書面による提供では、かかるコストが違ってくる中で、書面による提供に比べ、電磁的方法による提供の方が低コストであった場合には、その利益の一部又は全部を消費者に供与することは消費者メリットに繋がるため、良いのではないか。（消費者志向経営を考えても同様。）例えば、保険業界では保険証書を書面で発行しない場合、保険料の割引等の特典を提供しているケースがある。

⇒ 特商法第4条等で規定する書面に記載すべき事項は、国が消費者に対して法的権利（クーリング・オフ等）を告知するためのものを含みます。国から法的権利の告知を受ける際は、その方法によらず平等であることが必要です。このような観点を前提とすれば、一部の者に財産的利益を供与する制度は不平等となることから、真意が曲げられる制度は消費者が承諾の意義・効果を理解した上で真意に基づく明示的な意思表示を行う場合に限定されることを確保するため書面交付義務が持つ消費者保護機能が確保されるよう慎重な要件設定を行うとの令和3年改正法に対する国会附帯決議に反することにもなりますので、原案どおりとさせていただきます。

高齢者に対して、第三者への電子メールの送信を希望しないよう、働きかけることを禁止する旨の条項を創設することを求める。

⇒ 個別の判断とはなりますが、確認に際し不正の手段により消費者に不当な影響を与える行為を禁止行為として規定しており（特商法施行規則案第 18 条第 1 項第 9 号ト等）、御指摘のような行為は当該規定により対応可能と考えられるため、原案どおりとさせていただきます。

特商法施行規則案第 18 条第 1 項第 9 号について、「本人確認」の方法を施行規則（さもなければ「通達」や「ガイドライン」）で説明すべきものとする。

⇒ 特商法では消費者の本人確認を義務付けていないため、その方法を定めることは予定しておりません。

現行の制度では、例えば書面を郵送する場合に郵送料等の実費を請求することは禁止されていないと承知しているが、今般の改正を機に、こうした実費請求を新たに禁止するという理解でよいか。そうであるとすれば、これまで許容されていた実費請求を新たに禁止する理由は何か。

⇒ 特商法施行規則案第 18 条第 1 項第 9 号ホ等の規定については、事業者が書面交付を負う場面における、費用の請求を新たに禁止するものではなく、書面を交付する場合と契約書面等の記載事項を電磁的方法により提供する場合において、それぞれの場合を他の場合と区別して費用の徴収その他財産上の不利益を与えることを禁止するものです。

特商法施行規則案第 18 条第 9 号へについて「その他不正の手段」の内容が明らかでなく、事業者にとって予見可能性がないため、現時点で想定している不正の手段を具体的かつ網羅的に明らかにしていただきたい。

⇒ 例えば、消費者に事業者のパソコンを使用させて承諾させる行為などが考えられます。

○特商法施行規則案第 27 条等の関係

特商法施行規則案第 27 条については、同施行規則案第 3 条と同様に SNS を加えるべきと考えます。

⇒ 今後の執務の参考とさせていただきます。

○特商法施行規則案第 98 条第 8 項の関係

特定継続的役務提供に係る特商法施行規則案第 98 条第 8 項は、インターネットを通じて役務が提供される等の場合に、電磁的交付の承諾を得たことを証する書面を電磁的方法により提供することができるとされていますが、同項を削除するべきものと考えます。

⇒ 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報告書において、承諾取得が電磁的方法で完結可能な（控え書面についても電磁的方法とし得る。）範囲としては、オンライン完結型（契約の申込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。）の特定継続的役務提供取引に限定して認めるべきではないかと提言されており、このような取引については、対面性がない点で、承諾を得たことを証する書面を電磁的方法によって提供する必要性や許容性が認められることから、原案どおりとさせていただきます。

「インターネットを通じて提供する特定継続的役務」について、オフラインでの役務提供が含まれる場合であっても、本号に該当するという理解でよいか（役務の提供について、オンライン、オフラインを消費者が選択できる場合）。また、本号に該当しないオフラインでの役務提供のみ（オンラインを消費者が選択できない）の場合には、オンラインで申込を受ける隔地者間での電磁的方法による書面交付が認められない一方で、オンラインで申込を受ける隔地者間での郵送による書面交付は認められると承知しているが、その理由は何か、差分とともに示していただきたい。

⇒ 前段については御理解のとおりです。後段については、消費者の手元に書面を残すべき場合として、インターネットによらずに役務提供が行われる場合を想定するため、郵送によったとしても書面が消費者の手元に残る限り、そのような方法も否定されるものではないためです。

○その他の制度全般に対する御意見

今回の政省令の影響を受ける消費者についても申し上げます。検討会報告書の「おわりに」には、「消費者保護について検討する場合には弱者を想定することが不可欠」とあります。消費者保護機能を果たせる政省令を策定することには当然賛成ですが、事業者全般に一律に規制の網を掛けるのは行き過ぎた対応ではないかと思えます。改正法の施行後も電子化が十分に活用されない場合、自主的な判断力を持つ消費者がデジタル化の恩恵を受けられない点も損失です。

⇒ 今後の執務の参考とさせていただきます。

改正法は施行 2 年後に状況を踏まえて見直しを検討することとなっております

が、その際にはぜひとも実態を調査し、見直しを検討いただきたいと存じます。消費者被害の実態と、特商法分野におけるデジタル化の推進の程度、デジタル化を阻む要因等をアンケート等により適切に把握した上、実態に即した対応をお願いしたいです。例えば、消費者に対しては、電磁的提供を希望したか、適切に交付されたか等を、事業者に対しては電磁的提供に対応したか、しなかった場合はその理由等をご確認いただく等の調査をお願いしたいです。次回の政省令の見直しの際にはデジタル技術の専門家から複数ヒアリングを行うなどにより、デジタル社会における消費者被害防止のための方法論について検討いただきたく存じます。

⇒ 御意見として承ります。

「承諾を得たことを証する書面」（特商法施行規則案第 10 条第 7 項）の交付に関しまして、訪問販売におきましても、本改正の趣旨に沿う形で一定の要件を満たす場合には電磁的提供が可能となる建付けをご検討いただきたいと存じます。

今般、オンライン英会話などオンライン完結型の特定継続的役務提供取引については、「承諾を得たことを証する書面」についてデジタル提供が可能と整理されたため、一部完全デジタル化が実現することとなりましたが、オンライン完結型以外の役務提供契約におきましても、例外的に消費者保護を図ることが可能な場合には完全デジタル化、すなわち「承諾を得たことを証する書面」の電磁的方法による提供を可能とする建付けにしていだけないかと考えます。

例えば、訪問販売により事業者が消費者と役務提供契約を締結した場合、当該契約に基づく役務提供にかかる物品等が居宅内に据置・設置されることなどにより、第三者がその存在を発見して消費者が訪問販売により役務提供契約を締結したことを察知することが容易であり、かつ、その機器等に添付された情報（事業者の名称その他必要な情報の表示、または QR コードその他これに類する符号）により、契約の相手方や承諾を証する書面が電磁的に提供されたことが容易に確認できる状況であれば、第三者が書面をきっかけにして当該役務提供契約の存在に気づくという「承諾を得たことを証する書面」の交付と同等どころか、破棄が容易であり他の書類等に紛れて散逸してしまう可能性のある書面よりも遥かに効果的であるものと考えられます。

上記のような、消費者保護のためにより効果的な方法をとることができる一定の要件の下では、「承諾を得たことを証する書面」は電磁的方法により提供を可能とする建付けとしていただきたくご検討をよろしくお願い申し上げます。

⇒ 御意見として承ります。

今後、先行する一部業態での「書面のデジタル化」を追跡検証し、消費者の「利便性」の向上に資すると判断できるものであるなら、訪問販売や連鎖販売取引など「契約書面等の電子化」ニーズの高い形態にも「簡潔な規則」を適用することを要望する。

⇒ 御意見として承ります。

交付書面の電子化に係る法令については、今後、通達やガイドラインの作成が必須であると考えます。

⇒ 今後の執務の参考とさせていただきます。

パブリックコメントにおける主な御意見及び回答について （「電話勧誘販売」に関する規定の改正の関係）

○特商法施行令第2条第1号の関係

追加された点は賛成です。ただ、今回の追加だけではなく、無料セミナーなどにおいて、口頭で特別な無料のサポート連絡先と称して電話番号を教え、消費者から電話をかけると高額なサポート契約を勧誘される事例などもあり、勧誘目的を告げることなく口頭で電話番号に電話するように伝えるなどの手段も追加されるようにしていただきたいです。

また、世の中のツールの多様化、事業者の手口の変化などに対応して、今後も、電話勧誘販売だけではなく、訪問販売におけるアポイントメントセールスの手段については、随時、見直し（追加）を検討していただきたいです。

⇒ 賛成の御意見として承ります。御指摘の点については、今後の施策の検討に当たって参考とさせていただきます。

この改正をいかにするため、施行日までに関係事業者に改正を周知徹底されるべきであり、また若年者をはじめとして消費者に対し本改正を周知されるように求める。

⇒ 今後の執務の参考とさせていただきます。

不意打ち性の高い勧誘という意味では、注文をしようと思って電話をかける場合だけではなく、すでに申し込んだ定期購入契約を解約するため、またはなんらかの問い合わせをするためにかけた電話で新たな勧誘をされ、契約内容を理解しないまま新たな契約をしてしまうトラブルも多く見られます。一層不意打ち性が高いとも考えられますが、今回の改正ではカバーされていないと思われま。広告等を起因としていないが、別の目的で消費者からかけた電話で、不意打ち的に勧誘されて結んだ契約についても広く電話勧誘を適用することが不意打ち的な勧誘によるトラブルを防止することにつながるとお思いますので、ご検討いただきたいと切望します。

⇒ 今後の執務の参考とさせていただきます。

電話をかけさせるきっかけとなるものに小さく書かれているなど不明瞭であれば、目的の契約締結について勧誘するためのものであることを告げたことにはな

らない解釈規定を設けていただきたい。

⇒ 今後の執務の参考とさせていただきます。

ウェブページ利用に関しては、「勧誘をするためのものであることを告げずに電話をかけることを要請すること。」の内容を通知などを通じて明確化することを求める。

⇒ 今後の執務の参考とさせていただきます。

副業のサポートをするという広告から、ラインの登録をし個人情報を送ると販社から電話でサポートの説明があり、申し込みの際に高額なプランを電話で勧められ、支払いできないと断ると、消費者金融や銀行に借金をするように言われ、いわれるがままに借金するというケースが後を絶ちません。販社に言わせると電話勧誘販売ではなく、通信販売である、電話は契約者からの依頼でかけただけであると主張します。

このケースでも電話勧誘販売が認められれば、あっせんがしやすくなります。

ぜひ、副業の内容説明を電話でする場合も電話勧誘であると改正して頂ければと思います。

⇒ 御指摘の事例については、販売業者が消費者に電話をかけ、当該電話において行う勧誘により、その電話で契約の申込み又は契約の締結を行っているといえるのであれば、電話勧誘販売に該当し、消費者が契約の申込み又は締結をする意思をあらかじめ有し、当該契約の申込み又は締結を行うために電話をかけることについて明確な意思表示をしたといえない場合や販売業者がウェブページ等を利用する等特商法施行令で定める手段により契約の締結について勧誘するためのものであることを告げずに電話をかけることを請求させたといえる場合には、特商法第 26 条第 7 項第 1 号の規定により電話勧誘販売の規定（特商法第 18 条、第 19 条及び第 21 条から第 25 条までの規定）が適用されます。

(1) インターネットやカタログを見て、電話注文する際に注文したい商品が売り切れていた場合、おなじインターネットサイトやカタログに『掲載している』別の商品を事業者側から先に提案することも電話勧誘販売に該当するのでしょうか？

(2) インターネットやカタログを見て、電話注文する際に注文したい商品が売り切れていた場合、おなじインターネットサイトやカタログに『掲載していない』別の商品を事業者側から提案すると電話勧誘販売に該当するのでしょうか？

(3) インターネットやカタログを見て、電話注文する際に注文したい商品が売り

切れていた場合、お客様側から「他に似たような商品がないか？」とリクエストを出されたことに対して別の商品をすすめることは不意打ち性がないと思いますが、この場合でも電話勧誘販売に該当するのでしょうか？

⇒ 個別の事例によりますが、販売業者又は役務提供事業者が契約の締結について勧誘をするためのものであると告げずに電話をかけることを要請したといえる場合には、電話勧誘販売に該当します。他方で、契約の締結について勧誘をするためのものであると告げずに電話をかけることを要請したといえない場合には、電話勧誘販売に該当しません。

広告に掲載された商品について消費者からの注文を電話受注する場合（いわゆるインバウンド）に、広告に掲載がない商品を勧誘し販売することが電話勧誘販売規制の対象となるものであるが、過度に広範な規制であること、広告に掲載することが現実的に困難であること、事業者・消費者双方にとって不利益性が高いこと、改正に反対いたします。

「電話勧誘販売に該当する要件としての消費者に電話をかけさせる方法として広告を新聞等に掲載する方法、テレビ放送、ウェブページ等を利用する方法を追加」について、まずこれまでの議論が殆ど行われていない中、唐突とも思えるタイミングでの追加に違和感がありますので、徹底した議論を行うことを求める。

⇒ 今回の改正は、販売業者又は役務提供事業者が契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに電話をかけることを要請したといえる場合には、電話勧誘販売に該当するとしたものであり、そのような販売方法は従前より電話で実質的に勧誘行為を行うものとして不意打ち性が高いと考えられたものであり、現に消費者被害も生じていたものであることから、原案どおりとさせていただきます。