

◇この議事速報（未定稿）は、正規の会議録が発行されるまでの間、審議の参考に供するための未定稿版で、一般への公開用ではありません。

◇後刻速記録を調査して処置することとされた発言、理事会で協議することとされた発言等は、原発言のまま掲載しています。

◇今後、訂正、削除が行われる場合がありますので、審議の際の引用に当たっては正規の会議録と受け取られることのないようお願いいたします。

○永岡委員長 次に、尾辻かな子君。

○尾辻委員 立憲民主党の尾辻かな子です。

参考人の皆様におかれましては、御多忙の中、またコロナ禍の中、貴重な御意見を頂戴し、ありがとうございます。短い時間ですけれども、御教授をお願いしたいと思います。

まず最初に、やはり今回の法案の最大の課題となつている契約書の電子化についてお聞きをしたいと思います。本法案が消費者被害拡大法案にならないために、率直な御意見を頂戴したいと思います。

まずは、池本参考人にお聞きをしたいと思います。

私どもの質疑の中で、消費者庁は、承諾の要件を実質化することによって被害拡大を防止できるというふうに答弁をされております。ただ、先生の先ほどの指摘の中では、特商法の取引類型では承諾は歯止めにならないとの御指摘だったかと思

めにならないのかということをお教えいただきたい。

さらに、併せてですけれども、消費者庁は、承諾の方法として、口頭や電話だけでの承諾は認めない、承諾の明示、承諾を得る際に、承諾によってどのような効果があるのかの明示なども挙げていました。これらの承諾の方法が被害拡大の歯止めにならない、この理由についても併せてお願いいたします。

○池本参考人 御質問ありがとうございます。

まず、御質問の第一点目、歯止めにならないということ、ちよつと具体例で御説明したいと思うんですが。

例えば、訪問販売業者が訪ねてきて床下を点検して、大変です、シロアリが発生している様子があるか、すぐにごまかす、すぐに工事しなさい、業者をすぐ手配しましょう、あしたの午後やりましょう、書類を書いてくださいと、紙ではなくて、そこへタブレットを持ってきて、じゃ、ここへサインしてください、電子データの方が下請業者への依頼も早いので、電子データであなたにもお送りします、よろしいですね、じゃ、ここへチェックしてください。

そうすると、消費者は、何か大急ぎでやらなきゃいけないという気持ちで、分かりましたということ、サインをし、チェックをするのではないかと。同じ場面で両方とも承諾を一括してしまふ、自ら主体的に申し出るという状況ではないということ。

二点目。その承諾の取り方について、もちろん、

口頭や電話だけでは駄目だ、明示的にしなさい、けないということですが、その明示的というの、主体的にという言葉の意味です。その場面で、本来、訪問販売であれば、勧誘して、申込みを受けたら直ちに書面を交付しなさい、申込みを受け、その場で交付をする、何を交付するかを決めなさい、けないので、その場面を離れて、消費者が主体的に電子データを希望するということは、実は両立しないのです。

それともう一点。主体的にと言うときには、電子化することによって何がどう変わるのか、例えばクーリングオフ制度があります、それがこの電子データにも送られるものを書いてあります、ということの本来、説明義務のようなものがなきやいけないと思います。そういう説明義務があつて、それでも電子データで欲しいと言ったとき、初めて選択をしたと言えるのではないかと思うのですが、現行法にはそういう説明義務に当たるものはありません。

もちろん、更に言えば、説明義務が入つていても、例えば電気通信事業法とか金融商品取引法のように、登録、認可を受けた事業者が体制を整備していく中できちんと説明をし電子データを交付するんだつたら分かるんですが、そういう体制整備の義務、登録制もない訪問販売の分野、特商法の分野について、本当に主体的な承諾が確保できるのかというと、私はやはり疑問があるなというふうに思います。

以上です。

○尾辻委員 ありがとうございます。

やはり参入規制のない特商法の分野、そして説明義務もないこの分野において、こうして電子化だけを認めるということがやはり被害拡大になるというような、その御懸念をいただいたかと思えます。

一方で、先生の指摘の中では、デジタル社会の推進であれば、オンラインでの英会話指導契約に絞って書面の電子化を導入するのが本筋であるということもあるかと思えます。これは、オンラインによる特定継続的役務提供の契約であれば、電子化もこれは考え得るということでもよろしいのでしょうか。

○池本参考人 池本でございます。

特定商取引法には幾つかの取引類型がありますから、オンラインであれば何でもいいかというところ、例えば、最近、マルチ商法が、先輩から誘われて、Zoom説明会と一緒に見ようよと言って誘われて、そのZoomで説明を受けて、じゃ、別画面で申し込んでください、ただ、そこへ紹介者である先輩と一緒に頑張ろうよというようなSNSが入ってくるというような場面があります。その意味では、受け身の立場で契約をする場面で電子化するといっても、やはり同じではないかなという気はします。

それに対して、オンラインでの英会話教室、特定継続的役務提供というのは、勧誘が問題だから規制が始まったのではなくて、美容サービスとか教育サービスという、受けてみなきゃよく分からない、こういう契約類型を長期、多数回結んで、実際に受けてみたら説明と違っていた、しまった、

実はもうクーリングオフ期間が過ぎた、しばらくたってからトラブルになる。クーリングオフもありますが、中途解約権制度があるんですね。それで解決している事例がたくさんあると聞いております。

その意味で、オンラインでの特定継続的役務提供というのが特商法の中でも少し別枠として考え得るのではないかと思えます。

○尾辻委員 ありがとうございます。

次に、石戸谷先生にお聞きしたいと思います。ジャパンライフの弁護士団、連絡会の代表として本当に御尽力されてきた、その活動にまず心から敬意を表したいと思います。

それで、そういう悪質業者と闘ってきた先生におかれまして、契約書のデジタル化というものが、消費者庁が言う、明示的な承諾があれば大丈夫だ、これが歯止めになるんだということについて、先生の御評価を教えてください。

○石戸谷参考人 真意の承諾というのがどういうことを意味しているのかなと思つて、二十七日の委員会質疑をずっと聞いておりましたけれども、結局よく分かりませんでした。非常にそこは難しい問題で、ある面から見ると真意であるといい、逆の立場から見ると真意でないということになって、判断がつかない話だと思います。

ですので、私の方からすると、自らオンライン契約で入っていった選択したような場合というのは、現実問題として、金融分野においてトラブルも起こっていないわけですから、そういうものは

客観的に見て真意であると言えると思うんですけども、デジタル化というのを勧めてきた、その勧誘に基づいて承諾をするという場合に真意であるかないかというのは、ちよつとそこはもう計り知れない世界になると思えますので、私としては、先ほど申し上げたとおり、主体的にデジタル化に入っていく人が選択するのは構わない、したがって、第三回成長戦略ワーキング・グループの事業者の方がおっしゃっている完全デジタル化の英会話教室であれば理解できるといふふうに整理しております。

○尾辻委員 ありがとうございます。やはり、かなりかなり限定的にしなければというような御意見だったと思えます。

さらに、今度はクーリングオフの電子メールによる通知のことについてお伺いをしていきたいと思えます。これも池本先生にお伺いしたいと思います。

河上先生におかれまして、書面の中でも、やはりしっかりと明示をする、条文による明示とかがいいのではないかと御意見もあつたかと思えますけれども、これも私もずっと議論してきて、電子メールは発信と同時に到達して効力が生じるので発信主義じゃなくても大丈夫だというところで、これは通達で担保するんだと御答弁をされています。ただ、やはり私も明文化は必要だと思えます。先生の御意見を御聞かせください。

○池本参考人 御質問ありがとうございます。クーリングオフの通知の効力発生時期の問題は、理屈の問題と実態の問題、両方からやはり非常に

危惧するところです。

まず、理屈の問題としていえば、特商法に規定がなければ民法に戻るとというのが文理解釈の原則です。だとすると、文理解釈でいえば、これは到達日に効力が発生するようになってしまいうわけです。法文上わざわざ、電子データをメールなどで送るというふうには、その場合には規定を外しておいて通達、解釈の中で含むですよということが、最終的に裁判所で通るのかどうかの、理屈の問題としても非常に疑義があります。むしろ、条文にきちんと入れれば済むだけのことで、入れている方がクリアになる。

しかも、民法的な、効力発生時期の問題だけではないということです。例えば、契約書面に、電子メールでの解除の場合は、当社に到達したときに、到達が期間内でなければ効力を認めませんともし明記した業者がいた場合、効力がどうかという民法の問題とは別に、本当はそれは、行政処分とか罰則で、通達の解釈と違う虚偽の記載だということなどで処分ないし対処が本当は必要だと思わんですが、今度は罪刑法定主義との関係はどうかとか違う議論が出てくる。そうすると、問題が本当に決着するまでの間はそういった主張が横行する。それが、消費者からすれば、言われた時点でもう対応できなくなるという、現実の問題につながるということなんです。

○尾辻委員 ありがとうございます。

やはり、しっかり明文化をした方がよいということだと思います。

次に、河上参考人に、先生にお聞きしたいと思います。

まずちょっと確認だけさせていただいて、後で本題をお聞きしたいと思うんですけども、先生は検討会をされていたと思うんですけども、先生その検討会が開催された時点での、この契約書のデジタル化というのは検討会においての議論はされていなかった、そういう事実でよろしいのでしょうか。

○河上参考人 はい、全く検討されていません。

○尾辻委員 ありがとうございます。

つまり、特商法、預託法の検討会においてはデジタル化については実は論点がなかった、それが後から出てきたということなんです。

先生には、私、今日はやはり消費法のお話を是非とも聞きたいと思っております、というのが、実は、私たち、今回対案を出させていただいておられます。その中で、消費者契約法についてのつけ込み型勧誘の取消権の創設と、また、社会的経験が乏しいことからというところを条文から削除するということを提案をさせていただいております。

先生は、第四次消費者委員会委員長として、前回の消費者契約法について参考人質疑でもお話を聞きいたしましたし、異例の付言をおつけになられておられます。先生から見ると、来年四月、未成年取消権がなくなる、それに代わるものが今の消費者契約法で担保できているのか、それに対する評価、私たちの対案に対する御評価、いただければと思います。お願いいたします。

○河上参考人 消費法の話は、本来この審議にど

のくらい関係しているのかというか、ちょっとよく分からないんですが。

ただ、対案に対する評価を申し上げますと、社会的経験が乏しい云々のところを削った方がいいかなと思っております。私はあってもなくてもいいかなと思っておりましたから、削ってもいいんですが、でも、削ることによるメリットというのはちょっと考えにくいということがございました。それからもう一つ、大事なつけ込み型勧誘の規定を一般的な受皿規定として入れるというのは、これは私の持論でもありましたので、こういう規定を置いたらどうかという御提案には賛成したいところがございます。

ただ、この要件を、御提案の要件を拝見しますと、相手の非常に困っている脆弱な状況について、これを知ってという形で故意の要件をかけているところが見えませんでした。これは、知らなかったと言われてしまえばそれだけだと言われるような、ちょっと難しい部分があるので、そうした形での要件化というものはもう少し工夫の余地があるんじゃないか。

現在、たしか、消費者庁の方の制度化の方でやっている検討会が第四クールか何かでこの問題について議論をしておられると伺っております。その中で、このつけ込み型勧誘について、今出されている提案のような議論を踏まえた上で、更にブラッシュアップするためにどうすればいいかというのを、最終的に七月ぐらいまでにまとめようという動きがあると伺っております。

来年の四月にもう成年年齢引下げが実施されて

しまいますので、できるだけ早くそれを、ブラッシュアップしたものを完成させて、こちらでも法律にしていただけあればありがたいというふうには思っております。

○永岡委員長 時間が来ておりますので、手短に。

○尾辻委員 そうですね。

増田参考人にも本当はお聞きしたかったんですけども、時間が参ってしまいました。申し訳ございません。

今日は、貴重な御意見をありがとうございます。以上で終わります。