

特定商取引法等の書面交付義務の電子化に関する政省令の
在り方についての意見書

2022年（令和4年）5月9日

日本弁護士連合会

第1 意見の趣旨

特定商取引に関する法律及び特定商品等の預託等取引契約に関する法律の書面交付義務の電子化に係る政省令を定めるに当たっては、他の法令における書面の電子化の承諾要件及び提供方法の例とは考え方を峻別し、不意打ち的な勧誘又は利益誘引型の勧誘等により消費者被害が現に多発している対象取引分野の特性を十分に踏まえ、電子化によって書面交付義務が有するクーリング・オフ制度の告知を中心とする消費者保護機能が低下することがないように、以下の内容の規定を設けるべきである。

1 真意に基づく明示的な承諾の確保

書面交付義務の電子化を認める場合を消費者が真意に基づく明示的な承諾の意思表示を行った場合に限定するため、事業者による消費者の承諾の取得について、次のように定めること。

(1) 書面交付義務の電子化の意義・効果の説明

事業者は、消費者の承諾の取得の前提として、消費者に必ず次の事項を説明するものとする。

- ① 原則として書面の交付を受けることができること
- ② 書面交付に代えて提供する電子データ（書面に記載すべき事項を電磁的に記録したもの）が契約内容やクーリング・オフ制度を記録した重要なものであること
- ③ 電子データを受領した旨の消費者から事業者への確認メールの送信日（又は事業者が消費者の受領を確認した日）がクーリング・オフの起算日となること

(2) 適合性の確認

事業者は、消費者の承諾の取得の前提として、消費者に次の事項を確認する手順を踏むものとする。

- ① スマートフォン・パソコン等の電子機器を操作して、電子メールの受信及び送信ができること
- ② 電子メールの添付ファイルを閲覧し、電子データを保存できること

③ WebサイトにアクセスしてID・パスワードによりログインし、電子データを閲覧し保存できること

(3) 承諾の取得方法の制限

消費者の明示的な承諾の意思表示を確保するため、事業者が消費者の承諾を取得する方法について、次のように定める。

① 書面による承諾を要する類型

ア 次の取引類型については、必要事項を記載した承諾書面への消費者の署名及び承諾書面の控えの消費者への交付を要する。

(ア) 訪問販売、電話勧誘販売及び訪問購入

(イ) 連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引及び預託等取引

(ウ) 特定継続的役務提供のうち、②アの類型を除く契約類型

イ 本類型における承諾書面には、次の事項を明記する。

(ア) 対象契約を特定する事項（契約申込日・商品名・代金額・事業者名）

(イ) 提供する電子データが契約書面に代わる重要なものであること

(ウ) 電子データを受領した旨の消費者から事業者への確認メールの送信日（又は事業者が消費者の受領を確認した日）がクーリング・オフの起算日であること

② 電子メールによる承諾を認める類型

ア 特定継続的役務提供のうち、オンラインで契約を締結し、オンラインで役務提供を行う類型（オンライン完結型取引）については、電子メールによる承諾を認める。

イ 本類型における承諾は、事業者が①イの承諾書面の記載事項と同様の記載をした電子メールを消費者に送信し、消費者がその内容を確認した旨の電子メールを事業者返信することによる。

(4) 不適正行為の禁止

事業者が消費者の承諾を取得するに際しては、次に掲げる不適正な行為を行ってはならないこととする。

① 電子データの提供の意義・効果等についての虚偽・誇大な説明及び表示

② 困惑させる行為による承諾の要請

③ 書面交付に比して対価その他の取引条件で有利に扱う告知

④ 書面交付に比して契約締結手続が迅速化する旨の告知

⑤ 家族その他の第三者への同時提供を希望しないようにする高齢者への働き掛け

(5) 高齢者の家族等の関与の確保

事業者は、高齢者である消費者の承諾を得る際には、家族その他の第三者への電子データの同時提供を希望するかどうかの意思確認をするものとする。

(6) 立証責任及び違反の効果の明確化

消費者の真意に基づく承諾を得たことの立証責任は事業者が負うこと及び事業者が(1)から(5)の義務又は禁止のいずれかに違反した場合は書面交付義務を履行したものと認められず、クーリング・オフの起算日が到来しないことを明記する。

2 電子データの提供方法とクーリング・オフ制度の告知機能等の確保

事業者が契約条項を電子データで提供する場合の方法は、クーリング・オフ制度の告知機能を始めとする書面交付義務が担う消費者保護機能を確保するため、次の内容とすること。

(1) 電子データの提供方法

① 電子メールにPDFファイルを添付する方法

事業者が契約条項全体の一覧性を確保し改ざん防止措置を講じたPDFファイル形式の電子データを添付した電子メールを消費者に送信し、閲覧及び保存を促し、消費者が電子メールを受信して添付ファイルを閲覧し、かつ保存した上で、その旨の確認メールを事業者に返信するものとする。

② 事業者のWebサイトの電子データにアクセスさせる方法

事業者がWebサイトに契約条項全体の一覧性を確保し改ざん防止措置を講じたPDFファイル形式の電子データを掲載し、アクセスのためのURLを電子メールで消費者に通知し、閲覧及び保存を促すとともに、消費者がこれを閲覧しかつ保存した上で、その旨の確認メールを事業者に返信するものとする。

(2) 電子メール本文における告知

事業者は、電子データ又はURLを送信する電子メール本文に、①契約を特定する事項(契約申込日・商品名・代金額・事業者名)、②添付した電子データが契約書面に代わる重要なものであること、③電子データを受領した旨の消費者から事業者への確認メールの送信日(又は事業者が消費者の受領を確認した日)がクーリング・オフの起算日であることを明記する。

(3) 電子データの提供とクーリング・オフの起算日

事業者が電子データを提供した場合のクーリング・オフの起算日は、事業者の送信した電子メールが消費者のメールサーバに到達した日ではなく、消費者が受信した電子メールに添付された電子データを閲覧・保存した上で、

事業者に対し確認メールを返信した日とする。

事業者がWebサイト上で電子データを提供した場合のクーリング・オフの起算日は、消費者が電子データを閲覧・保存した上でその旨の確認メールを事業者に送信した日とする。

ただし、仮に政省令によって起算日自体について以上のように規定することができない場合は、消費者が電子データを閲覧・保存したことを事業者において確認する手順を加えることとする。そして、事業者がその手順を履行しないときは、電子データの到達日をもってクーリング・オフの起算日であることを主張できないものとする。

(4) 高齢者の家族等への提供方法

事業者は、高齢者である消費者が電子化を承諾するに際し、家族その他の第三者への電子データの提供を希望することを表明した場合は、当該家族等に対しても同時に電子データを提供するものとする。

(5) 概要書面の電子データによる提供における契約概要の説明

事業者は、概要書面の交付に代えて電子データを提供する場合、消費者が当該電子データを閲覧している状態であることを確認の上、契約の概要を説明するものとする。

(6) 契約書面等の電子データによる提供における再提供義務

事業者に対し、契約書面等の交付に代えて電子データを提供した場合、消費者が電子データの再提供を請求したときは再提供する義務を課す。

(7) 契約条項の保存措置義務

書面交付義務の電子化を実施する事業者に対し、契約締結時の契約内容の電子データについて、改ざんが生じないよう対策を講じて保存する措置をとる義務を課す。

第2 意見の理由

- 1 「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律」（以下「改正法」という。）が2021年6月に成立し、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）及び特定商品等の預託等取引契約に関する法律（以下「預託法」という。）（以下「特定商取引法」と「預託法」を合わせて「特定商取引法等」という。）の書面交付義務について電子化を認める法改正が行われた。現在、消費者庁において、「特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会」（以下「検討会」という。）が開催され、書面交付義務の電子化を認める場合の消費者の承諾要件及び電子デー

タの提供方法に関する政省令事項の在り方が検討されている。

当連合会は、特定商取引法等の書面交付義務の電子化を認めることは、その消費者保護機能を失わせてしまうおそれがあるとして反対してきたところであるが¹、政省令事項が検討されるに当たり、書面交付義務が有するクーリング・オフ制度の告知を中心とする消費者保護機能の低下を極力回避する観点から、書面の電子化を消費者が承諾する要件及び電子データの提供方法に関する政省令の在り方について意見を述べるものである。

2 書面交付義務の消費者保護機能の確保

(1) 特定商取引法等が定める各取引類型の特徴と書面交付義務の意義

特定商取引法等が適用対象とする各取引類型は、消費者被害が現に多発してきた実態を有し、かつ消費者の主體的な契約意思形成が歪められて被害が発生しやすいという構造的特徴を有する。

訪問販売、電話勧誘販売及び訪問購入においては、不意打ち的・攻撃的な勧誘行為により消費者が冷静な意思形成をできないままに不本意な契約を締結しやすい。連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引及び預託等取引においては、利益獲得を取引の仕組みに組み込んだ勧誘行為により、消費者が利益獲得に目を奪われて不利な契約条件の契約を締結しやすい。特定継続的役務提供は、内容不明確な役務を長期多数回にわたり提供する契約類型であり、消費者はその契約内容や条件を正確に認識しないまま契約締結に至りやすい。

そこで、特定商取引法等は、不意打ち的勧誘型の取引においては、事業者は消費者から契約の申込みを受けたときは直ちに又は遅滞なく契約内容及びクーリング・オフ制度を記載した書面を消費者に交付するものとするにより、消費者が冷静になって考え直すクーリング・オフの機会を保障した。利益誘引型の取引及び内容不明確型の取引については、契約締結前の勧誘段階に概要書面を交付し、契約締結時には遅滞なく契約書面を交付するよう、二段階にわたる交付義務を課すことにより、消費者が冷静になって考え直すクーリング・オフの機会を保障した。

しかも、クーリング・オフ制度は、単に法律に規定を設けるだけでは一般消費者が現実にこれを認識して行使する機会を確保できないため、交付書面に赤字・赤枠・8ポイント以上の活字でクーリング・オフ事項を正確に記載することを義務付けている（特定商取引に関する法律施行規則5、6条等）。つまり、書面交付義務は、一般消費者に対しクーリング・オフ制度の存在を

¹ 当連合会「特定商取引法及び特定商品預託法の書面交付義務の電子化に反対する意見書」（2021年2月18日）

現実的に認識できることを目的とする措置である。

なお、通信販売については、このような書面交付義務やクーリング・オフの定めはない。

(2) 書面交付義務の電子化の趣旨と適用の要件

政府は、特定商取引法等の改正案を提案した際、書面交付義務の電子化は、経済社会のデジタル化の推進を図るためのものであり、消費者の承諾を得た場合に限ることにより、消費者の利便性の向上、消費者利益の保護を図るものであると説明した²。

しかし、こうした抽象的な立法趣旨の説明の下で、特定商取引法等の各取引類型の特徴や適用場面を考慮することなく一律に導入され、書面交付義務が担うクーリング・オフ制度の告知機能等の消費者保護機能をどのように確保するのかについて事前の検討がないままに提案されたものであったため、多数の民間団体から反対する意見書が提出された³。そればかりか、並行して提案されたデジタル社会の形成を図るための関係法律の整備に関する法律（2021年5月12日成立）は、消費者による契約解除の申込み等、「消費者・弱者保護や紛争予防の観点等から書面とすることに意義が認められるものは対象としない」⁴という方針であることが表明されており、それにもかかわらず特定商取引法等に導入されたことの問題性は顕著である。

国会審議においても政府の提案は批判的となり、参議院で採択された附帯決議⁵（以下「参議院附帯決議」という。）の第1項において、「書面交付の電子化に関する消費者の承諾の要件を政省令等により定めるに当たっては、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、事業者が消費者から承諾を取る際に、電磁的方法で提供されるものが契約内容を記した重要なものであることや契約書面等を受け取った時点がクーリング・オフの起算点となることを書面等により明示的に示すなど、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こと。また、高齢者などが事業者に言われるままに本意でない承諾をしてしまうことがないよう、家族や第三者の関与

² 第204回国会・衆議院本会議第24号（2021年4月22日）における井上信治担当大臣の答弁

³ 全国消費者団体連絡会の集計によれば、2020年12月から2021年5月までに164団体から反対意見書が提出された。

⁴ 内閣府規制改革推進室「押印・書面の見直しに係る法改正事項について」参照。

⁵ 第204回国会・参議院地方創生及び消費者問題に関する特別委員会附帯決議（2021年6月4日）

なども検討すること」が、政府に対し要請された。

こうした立法者の意思に基づいて行われている検討会における政省令の在り方の検討であるから、参議院附帯決議において示された事項を政省令に盛り込むことはもとより、書面の電子化について、消費者の真意に基づく明示的な承諾を得るための要件及びクーリング・オフ制度の告知機能等を確保できる電子データの提供方法を、具体的に定める必要がある。

(3) 他の法令における書面交付義務の電子化の承諾要件及び提供方法との関係

書面交付義務に代えて消費者の承諾により電子データで提供できるものとする措置は、既にいくつかの法令において導入されている。消費者保護に関連する法令として電気通信事業法及び割賦販売法が既に書面交付義務の電子化を導入しており、検討会における事業者団体関係者の意見においても、これらの法制度における承諾要件及び提供方法と整合性がある規定とすべきであるとの意見が表明された。

しかし、電気通信事業法は、事業者の登録制・届出制等の参入規制を採用し、かつ契約条件の説明義務や苦情の適切処理義務等の規定によって、業務運営の適正化を図っている法制である。しかも、情報通信に関する契約を対象とする法制であるから、消費者にとっても書面交付義務の電子化はある程度許容性のある措置であると見ることができる。また、割賦販売法も、事業者の登録制による参入規制があるほか、業務適正化義務、加盟店調査義務等の規定によって、業務運営の適正化を図っている法制である。しかも、クレジット契約は、与信対象取引の契約締結に伴って与信対象の事業者の下で締結されるものであり、クレジット会社自身がクレジット契約締結の勧誘を行う仕組みではない。

これに対し、特定商取引法等の対象取引類型は、不当な勧誘行為によって消費者被害が発生する頻度が高い取引分野を対象としている上に、参入規制もなく、契約内容の説明義務や業務適正化義務等の平素の業務適正化を図る規定も存在していない。したがって、特定商取引法等における書面交付義務の電子化に関する承諾要件や電磁的記録の提供方法を具体化するに当たっては、他の法令における措置の例とは考え方を峻別し、特定商取引法等の書面交付義務の消費者保護機能を確保することができるような厳格な制度設計が必要である。

3 真意に基づく明示的な承諾の確保

(1) 書面交付義務の電子化の意義・効果の説明（意見の趣旨第1項(1)）

書面交付義務の電子化について、消費者の真意に基づく承諾があると言え

るためには、事業者があらかじめ消費者に、①原則として書面の交付を受けられることができること、②書面交付に代えて提供する電子データが契約内容やクーリング・オフ制度を記録した重要なものであること、③電子データを受領した旨の消費者から事業者への確認メールの送信日（又は事業者が消費者の受領を確認した日）がクーリング・オフの起算日となることを必ず説明し、書面交付に代えて電子データが提供されることの意義と効果を理解させておくことが不可欠の前提条件である。

参議院附帯決議においても、「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」を要請している。

また、書面交付義務の電子化の意義・効果を消費者が理解するためには、本体の契約について口頭で勧誘する取引類型であれば、電子化についても口頭により説明することが必要である。

(2) 適合性の確認（意見の趣旨第1項(2)）

消費者が書面交付義務の電子化について真意に基づく承諾をするためには、単に形式的な説明と承諾があることでは足りず、消費者に電子データの提供に対応できるだけの電子機器の操作能力が必要である。すなわち、スマートフォン・パソコン等の電子機器を自ら操作して電子メールの受信及び送信ができること、電子メールに添付されたPDFファイルを閲覧して保存できること、WebサイトにアクセスしてID・パスワードによりログインし、電子データを閲覧し保存できることが必要である⁶。

そこで事業者は、消費者がこれらの適合性を有することを質問により確認し、電子データの提供手順において検証するという手順を踏むことが求められる。

(3) 承諾の取得方法の制限（意見の趣旨第1項(3)）

① 特定商取引法等の取引類型は、事業者の主導的な勧誘行為により消費者の冷静な意思形成を歪めやすい特徴があることから、書面交付義務の電子化についても、口頭による説明と承諾のやり取りでは真意に基づく明示的な承諾を確保することはできない。

参議院附帯決議においても、「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」としており、また国会質疑においても、政府参考人から、口頭や電話だけの承諾は認めないことに加えて、オンラインで完結する

⁶ 検討会の第7回ワーキングチーム会合（2022年3月3日）におけるヒアリングにおいては、ネットバンキングが利用できる能力と同じレベルの能力を有することが適切であるとの意見があった。

取引の場合は電子メールで、その他の分野は書面による承諾を得てその控えを消費者に交付する方法とすることが考えられること、ただし、オンライン完結型取引であっても、悪質業者の被害が顕著に見られる分野については書面による承諾とし、被害発生のおそれが低いオンライン取引に限って電子メールによる承諾の取得を認めることも一案として検討したい、とする答弁がある⁷。この方法以上に実効性がある承諾の取得方法が示されない限りは、書面による承諾を得てその控えを交付する方法を基本とすべきである。

- ② そこで、不意打ち的・口頭勧誘型取引である訪問販売、電話勧誘販売及び訪問購入、利益誘引型の取引である連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引及び預託等取引並びに特定継続的役務提供のうち対面勧誘型取引については、書面による承諾と承諾書面の控えの交付が必要であるとすべきである。言い換えれば、特定継続的役務提供のうちオンラインで契約を締結し、オンラインで役務提供を行う類型（オンライン完結型取引）の場合に限り、電子データによる承諾の取得と承諾記録の控えを提供する方法を認めるものとする。

対面勧誘型取引においては、事業者と消費者が口頭のやり取りをしている過程で、消費者が電子化の承諾の意義と効果に注意を向け、これを承諾することの意味を自覚するには、承諾書面に署名する行為が必要である。また、利益誘引型取引である連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引及び預託等取引については、悪質業者による被害が顕著に見られる分野であることから、契約内容とクーリング・オフ制度を告知する機能をより確実に確保する観点から、オンラインによる役務提供の取引等の類型を含めて、書面による承諾と承諾書面の控えの交付を要するものとするべきである。

そして、承諾書面には、対象契約を特定する事項（契約申込日・商品名・代金額・事業者名）、提供する電子データが契約書面に代わる重要なものであること、電子データを受領した旨の消費者から事業者への確認メールの送信日（又は事業者が消費者の受領を確認した日）がクーリング・オフの起算日であることを明記しておくことが必要である。

なお、オンライン完結型の特定継続的役務提供について電子メールによる承諾の取得を認める場合は、事業者が上記の承諾書面の記載事項と同様の記載をした電子メールを消費者に送信し、消費者がその内容を確認した

⁷ 第204回国会・参議院地方創生及び消費者問題に関する特別委員会会議録第12号（2021年5月28日）11頁、27頁

旨の電子メールを事業者に返信することが必要である。

- ③ これに対し、事業者が消費者宅等での勧誘場面から離れた状態で電子メールにより電子化の承諾を求め、消費者がこれに返信する形で電子化の承諾をする方法であれば、事業者の影響下での不本意な承諾を回避できるとする見解がある⁸。

しかし、事業者の対面又は直接の勧誘行為により契約締結の働き掛けを行った場合、勧誘場所から離れたとしてもその影響が消滅するわけではない。この点、電話勧誘販売の定義が、事業者が電話を架けて勧誘した後、その電話による申込みに限らず、後日消費者が通信手段で申し込む場合も電話勧誘販売に該当するとされている趣旨からも明らかである（特定商取引法2条3項）。

より深刻な弊害として、訪問勧誘により申込みを受けても事業者はその場で直ちに申込書面を交付する義務（同法4条）を免れることにつながり、消費者は対面勧誘により契約の申込みをしたのかどうか、どのような契約を申し込んだのか不明確な状態で放置され、又は事業者から契約の成立を一方的に主張されるおそれがある。そればかりか、事業者が対面勧誘の場では申込みを受けておらずその場を離れた場所で通信手段により申込みを受けたと主張して、訪問販売の定義自体を回避しようとするおそれがあり、極めて不当である。

(4) 不適正行為の禁止（意見の趣旨第1項(4)）

特定商取引法等が規定する取引類型が不当勧誘行為による不本意な契約締結の被害が発生しやすい分野であることを踏まえるならば、書面交付義務の電子化の承諾を取得する場面においても、電子データの提供の意義・効果等について虚偽・誇大な説明や表示をするなどの消費者を誤認させる行為や、消費者を困惑させて承諾を要請する行為は禁止する必要がある。

また、書面交付を直ちに又は遅滞なく行うことは事業者の義務であるから、電子データの提供を選択する方が対価その他の取引条件で有利に扱われる又は手続が迅速に進むといった告知は、不当な誘導として許されない。家族その他の第三者への同時提供を希望しないようにする高齢者への働き掛けも許されない。

⁸ 検討会の第2回ワーキングチーム会合（2021年9月27日）におけるヒアリングでは、事業者団体の意見として、訪問販売など対面で勧誘を行った場合に、その場では申込みを受けずに一旦退去するとし、消費者に十分考える時間を与えることとして、消費者から電話やFAX、インターネットで申込みを受けるという方法を促し、申込みがない場合は再度アプローチもあり得るという方法が検討されていることが紹介された。

(5) 高齢者の家族等の関与の確保（意見の趣旨第1項(5)）

消費者が高齢者である場合、判断能力・拒絶能力の低下や事後的な対処能力の低下により訪問販売等の被害が増大する。そこで、国や地方公共団体において、高齢者見守りネットワークを構築して家族その他の第三者による消費者被害の防止・早期発見に結び付ける取組が推進されている。しかし、書面交付義務の電子化がされた場合、高齢者のスマートフォンに契約データが届いても、家族等がそれを発見して被害救済に結び付けることは極めて困難である。

そこで、事業者が一定年齢以上の高齢者である消費者に対して書面の電子化の承諾を求める場合は、家族その他の第三者に電子データの同時提供を希望することができる旨を当該消費者に説明した上で、これを希望するか否かの意思確認をする手順とし、これを希望する高齢者については、後述するように承諾に付随する条件に従って家族等への同時提供を実行することが求められるものとすべきである。

この点は、参議院附帯決議において、「高齢者などが事業者に言われるままに本意でない承諾をしてしまうことがないように、家族や第三者の関与なども検討すること」とされているところである。なお、契約の締結自体について第三者の関与・承諾を要件とするものではなく、高齢者が希望する場合に電子データを同時提供するだけであるから、高齢者の自己決定権を制約するものではない。

(6) 立証責任及び違反の効果の明確化（意見の趣旨第1項(6)）

書面交付義務の電子化は、事業者が「申込みをした者の承諾を得て」電子データで提供することができる（特定商取引法4条2項等）という規定であるから、申込者の承諾を得たことの立証責任は理論的に見ても事業者が負うべき事項である。ただし、その承諾が形式的な認識の程度で足りるのか、承諾の意義・効果を理解した上での真意に基づく明示的な承諾の意思表示であることを要するのかが不明確であると、承諾の有無の判定についてトラブルが生じやすい。

したがって、承諾の意思表示の存在の立証責任を事業者が負うことを明記することが求められるとともに、事業者が、書面交付義務の意義・効果の説明、承諾の取得の際の適合性の確認、適切な承諾書面等の作成と控えの交付、高齢者の家族等の関与の確保といった手順を果たさない、あるいは不適正行為の禁止に違反するときは、承諾に基づく電子データの提供には該当せず、書面交付義務が履行されていないこととなり、クーリング・オフの起算日が

到来しない旨を規定すべきである。

4 電子データの提供方法とクーリング・オフ制度の告知機能等の確保

(1) 電子データの提供方法（意見の趣旨第2項(1)）

- ① 書面に代えて電子データの提供を行う方法は、事業者が契約条項全体の一覧性を確保し改ざん防止措置を講じたPDFファイル形式の電子データを添付した電子メールを消費者に送信して閲覧及び保存を促し、消費者が電子メールを受信して添付ファイルを開いて閲覧しかつ保存した上で、その旨の確認メールを事業者返信することとすべきである。

これに対し、SNSにPDFファイル形式の電子データを添付して送信する方法は不適切である。消費者が当該SNSにアクセスしてメッセージを開いても、添付ファイルが消費者の使用する電子機器に記録されるためには別途ダウンロードの操作が必要となり、消費者にとって電子データの保存機能が確保できない上、事業者にとっても電子データが到達した時期を客観的に確認することができず、契約書面等を直ちに又は遅滞なく交付する義務を果たしたとは言えないからである。また、SNSは個別事業者が設定したコミュニケーション手段であり、その仕組みもSNS事業者によって差異があるなど、法的義務としての電子データの提供手段として位置付けるには不安定さがあることも指摘できる。

- ② 事業者のWebサイトに、事業者が契約条項全体の一覧性を確保し改ざん防止措置を講じたPDFファイル形式の電子データを掲載し、消費者にアクセス用URLを電子メールで送信して閲覧及び保存を促す方法も考えられるが、消費者がアクセスして契約条項データを開いて閲覧するまで契約条項の電子データを提供したことにならない点で、事業者が直ちに又は遅滞なく書面を交付する義務に代わる手段としては不安定である。そこで、この方法を認める場合は、事業者がアクセス用URLを電子メールで提供するだけでなく、消費者に速やかに電子データを開いて閲覧・保存するよう促し、消費者がアクセスして契約条項の電子データを開いて閲覧・保存した上で、その旨の確認メールを事業者に送信する（又は閲覧・保存したことを事業者が確認する。）という手順にすべきである。

(2) 電子メール本文における告知（意見の趣旨第2項(2)）

前記いずれかの方法で契約条項の電子データを提供した場合、書面に比して消費者が添付ファイルを開いて確認する行動につながらないおそれが強い上、添付ファイルを開いて閲覧したとしても、手のひらサイズのスマートフォンに詳細な契約条項が表示されることとなるため、主な契約内容やクーリ

ング・オフ制度を確認することは困難である。

そこで、送信する電子メール本文に、①契約を特定する事項（契約申込日・商品名・代金額・事業者名）、②添付した電子データが契約書面に代わる重要なものであること、③電子データを受領した旨の消費者から事業者への確認メールの送信日（又は事業者が消費者の受領を確認した日）がクーリング・オフの起算日であることを明確に表示すべきことを政省令に明記すべきである。

なお、消費者がクーリング・オフの通知を電磁的記録により行う場合の送信先電子メールアドレスは、添付ファイルの電子データ内だけでなく、電子メール本文にも表示すべきである。これらの措置は、書面交付義務をデジタル化することによる事業者の利便性だけでなく、デジタル化に伴う消費者の利便性も確保するものであり、改正法の趣旨に合致するものだと言える。

(3) 電子データの提供とクーリング・オフの起算日（意見の趣旨第2項(3)）

① 事業者が電子メールに契約条項の電子データを添付して送信した場合、その電子メールは消費者が契約しているプロバイダのメールサーバにまず記録され、消費者が自己の電子機器のメールソフトを操作して電子メールを電子機器上で受信し、添付ファイルを開くことで現実に電子データを閲覧できる状態となる。これについて、特定商取引法等の電子データによる提供は、「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への記録がされた時に当該申込みをした者に到達したものとみなす」（特定商取引法4条3項等）と規定している。

「電子商取引及び情報取引等に関する準則」（経済産業省（2020年8月））によれば、電子メールで申込み・承諾の意思表示が行われる場合、契約の成立時期は電子メールが受信者のメールサーバの中のメールボックスに記録されたときであるとされている。同準則は、対等当事者間の契約の成立要件としての電子メールの到達時期をどの時点と考えるかという問題であり、発信者の支配領域から受信者の支配領域に移転した時点であると捉えている。

② しかし、特定商取引法等の書面交付に代わる電子データの到達時期は、消費者保護のためのクーリング・オフ制度を消費者に告知し、クーリング・オフ行使の起算日を画する基準として考えられるべきものであるから、契約成立時期の判断基準と一致させる必要はない。消費者が契約条項及びクーリング・オフの存在を現実的に確認できたと評価できる時点であって、かつ事業者にとっても共通の明確な時点を基準とする必要がある。

こうした観点から見ると、事業者の送信した電子データが消費者のメールサーバに到達した日ではなく、消費者が、受信した電子データを閲覧・保存した上で、事業者に対する確認メールを返信した日をもって、クーリング・オフの起算日と扱うべきである。

また、事業者のWebサイトに消費者がアクセスして電子データを取得する場合も、消費者が電子データをダウンロードし閲覧・保存した旨の確認メールを事業者に送信した日、又は消費者がダウンロードし閲覧・保存したことを事業者が確認した日をもって起算日とすべきである。

なお、改正法に消費者の「電子計算機に備えられたファイルへの記録がされた時」に消費者に到達したものとみなす旨が規定されたことから（4条3項等）、政省令によって到達日自体を変更することができないとすれば、電子データの具体的な提供方法が政省令に委任されていることを踏まえて、消費者が電子データを閲覧・保存したことを事業者において確認することを手順として定め、その手順を怠ったときは、事業者は電子データの到達日をもってクーリング・オフの起算日として主張できない旨を規定すべきである。

そして、消費者が一定期間内（例えば1営業日以内）に電子データを閲覧・保存した旨の確認メールを送信しない場合は、事業者は遅滞なく書面の交付を行うべきである。

- ③ これに対し、割賦販売法が規定する個別信用購入あっせんの書面交付義務に代えて電子データを提供する場合（割賦販売法35条の3の22）においても、到達の確認義務（同法施行令27条3項）が規定されているところ、到達時期（購入者等のファイルに記録されたとき）の意味については特に触れられていない。しかし、不適正な勧誘行為によって不本意な契約締結の被害が発生しやすい特定商取引法等の対象取引においては、クーリング・オフ制度を消費者に現実に告知することは他の法令よりも一層重要である。したがって、事業者は、形式的に電子データが消費者の電子機器に記録されたことにとどまらず、消費者が自ら添付ファイルを開いて契約データを閲覧・保存できたことを確認することが必要である。

(4) 高齢者の家族等への提供方法（意見の趣旨第3項(4)）

消費者が高齢者である場合、書面交付義務の電子化による見守り機能喪失の不利益を防止するため、前述したとおり当該高齢者が承諾に付随する条件として家族その他の第三者への電子データの同時提供を希望した場合、事業者は、当該家族等に対し電子データを同時提供する手順を踏むものとするべき

である。このことは、高齢者である消費者に対し、書面交付義務の電子化について家族等への同時提供という条件付きの承諾の機会を与え、その条件付き承諾に従って提供するものと捉えることが適切である。家族等への電子データの提供方法は、高齢者に対する提供方法と同じ方法で同時に提供するものとする。

高齢者である消費者が家族その他の第三者への提供を希望するが、そのメールアドレスを事業者に直ちに提供することができない場合は、当該高齢者の希望は、自分だけで書面交付義務の電子化に対処することへの不安に基づくものであると考えられる以上、原則に戻って事業者は書面交付を行うべきである。この点は、国会審議において、「契約の相手方が高齢者の方々の場合には、家族などの契約者以外の第三者にも承諾に関与させる、家族などにもメールを送らせることなどによって安易に承諾を得られないようにすることで消費者被害の発生を抑止できるのではないかと考えております」との政府参考人答弁がなされている⁹。つまり、高齢者について家族等に関与させる制度は、安易に書面交付義務の電子化の承諾を取得させないようにする趣旨である。

なお、家族その他の第三者のメールアドレスを事前の同意なく事業者に提供することが当該家族等の個人情報の第三者提供の問題となり得るが、高齢者本人は個人情報保護法上の事業者に当たらないこと、契約条項の電子データの同時提供が希望される家族等は高齢者との間に信頼関係が存在すると考えられることから、高齢者の被害防止の趣旨が優先されるものと考えられる。

(5) 概要書面の電子データによる提供における契約概要の説明（意見の趣旨第2項(5)）

連鎖販売取引、業務提供誘引販売取引及び預託等取引は、利益誘引の強調により不利益な契約条件を見落としがちであること、特定継続的役務提供は内容不明確な役務を長期多数回提供する契約内容が分かりにくいことから、契約の勧誘段階で概要書面を交付する義務が定められている（特定商取引法37条1項、42条1項、55条1項、預託法3条1項）。本来は、勧誘場面で概要書面を形式的に交付するだけでなく、交付した概要書面を提示した状態で複雑な契約内容を説明する手順を踏むべきところである。

そこで、概要書面の交付に代えて電子データにより提供する場合には、事業者は、電子データの提供について所定の手続により消費者の承諾を得て電

⁹ 第204回国会・参議院地方創生及び消費者問題に関する特別委員会会議録第12号（2021年5月28日）27頁

子データを提供した後、直ちに、消費者が当該電子データを開いて閲覧している状態であることを確認の上、契約の概要を説明する手順に進むものとする。これを政省令に明記すべきである。

なお、省令・府令により書面交付義務と説明義務とを関連付けて定めた法令として次のものがある。

① 契約締結前書面の交付義務（金融商品取引法 37 条の 3）及び顧客に理解できるように説明する義務（金融商品取引業者等に関する内閣府令 117 条 1 項 1 号）

② 契約締結前に契約の概要を説明する義務（電気通信事業法 26 条 1 項）及び説明事項を分かりやすく記載した説明書面を交付して説明する義務（同法施行規則 22 条の 2 の 3 第 3 項）

(6) 契約書面等の電子データによる提供における再提供義務（意見の趣旨第 2 項(6)）

書面交付義務の電子化により、事業者が契約管理を効率化する上で利便性を得る一方で、電子化に十分慣れている一部の者を除いて、消費者は、電子データの文字が小さくて読み取りが困難である、適切に保存できていなかったためいつの間にか削除されていた等、不利益を被ることが少なくないと考えられる。

そこで、事業者に対し、契約書面等の交付に代えて電子データにより提供した場合、消費者から電子データの再提供を請求されたときは、再提供に応じる義務を課すべきである。ただし、電子データの再提供はクーリング・オフ期間とは連動しないものである。

事業者にとっては、書面の再交付に比べ費用面でも手続面でもそれほどの負担とはならないと考えられる。

(7) 契約条項の保存措置義務（意見の趣旨第 2 項(7)）

事業者が書面交付義務の電子化を実施する場合、契約締結時の契約条項の電子データと、後日事業者が契約条件を変更した場合の契約内容との対応関係が不明確になるおそれがある。

そこで、書面交付義務の電子化を実施する事業者に対し、契約者ごとに契約締結時の電子データについて、改ざんが生じないような対策を講じて保存する措置をとる義務を課すべきである。

以上