2021年5月26日　参議院地方創生及び消費者問題に関する特別委員会

会議録抄

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案　参考人質疑

**○岸まきこ**　立憲民主・社民の岸真紀子です。

　今日は、参考人の先生方、皆さん、ありがとうございます。

　私は、先ほど高齢者のことが聞かれていたんですが、先に、じゃ、浦郷参考人にお聞きしたいんですが、私自身、高卒で就職をしていまして、十八歳、十九歳が一番ちょっと狙われやすい世代なんじゃないかというふうに感じてきました。

　どんなことを言うかというと、私自身も経験があるんですが、マルチ商法ですね。友人を通じて高額な商品への勧誘というのが多かったです。知人なので断りづらいし、行けば、その場に誘われて行ったら、セールストークが余りにも巧みなので断りづらいという経験があります。本来十代では全く必要がない補正下着とか、十万円する下着とかですね、とか洗剤、二十四時間風呂といったお誘いも昔ありました。また、訪問販売でいうと高額な鍋とか食器セット。覚えているのは、将来結婚するに当たって必要になるよと、損しないよということで十万円ものものを十代のうちに売り付けようとするという商法がありました。

　そういうことを考えると、高額なのについうっかり契約を結びたくなるという経験を何度もしてきた私から言えば、若者が付け入れられるという懸念があるのではないかと思うんですが、消費者相談を受けてきた立場から、今回のこの特商法改正と現代の若者被害での懸念、教えていただけますか。

○参考人（浦郷由季　一般社団法人全国消費者団体連絡会事務局長）　ありがとうございます。

　若者が特に被害が多いということになると、連鎖販売取引、マルチ商法になると思いますけれども、やはりＳＮＳなどでこうやって誘われて、その中では先輩とか後輩とか友人とか、そういう人間関係が複雑に絡み合っているので、なかなかそこで断りにくいというところがあります。今でさえそういう感じですので、本当に契約の内容を十分に理解しないまま、もう本当に引き込まれて、先ほど言われたように、高額の請求、そういうトラブルがあると思います。

　そういう勧誘という中で、今回、電子化に、もしなった場合、その契約書を持つ意味の、十分理解して、ちゃんと、書面の電子化、もし承諾とかそういうことになったらそこを実質的に判断できるのかというと、そこはどうなのかなと、不可能ではないかなと思います。

　若者というのは、デジタル機器の使い方というのはすごく慣れていると思います。コミュニケーションなんかもそういうスマートフォン中心でやっていると思いますけれども、その見るものというのは、やっぱり動画とか画像とか、そこに短い文章が付くＬＩＮＥとかツイッターとか、そういうのが主で、長い文章をきちんと読むということはなかなか若者も苦手なところではないかなということがあります。紙の方がまだ読みやすいのではないのか、電子データ上での長い文章というのをなかなか読みこなすことができないのではないかというところで、やはり若者の被害というのもどんどん増えていくんではないかという懸念をしております。

**○岸まきこ**　ありがとうございます。

　すごく分かりやすかったですね。今は、じゃ、ＳＮＳとかでお誘いが来るということとかも、私の時代とはちょっと違うけれども、新たな手法なのかなというふうに思いました。

　そこで、今のお話も踏まえ、今度、釜井参考人にお伺いしたいんですが、その契約書が、先ほどもお話あったとおり、やっぱり画面で見るというのは、なかなかスクロールをして下の方まで見ないという問題があると思うんですが、特定商取引の契約書面には、クーリングオフを赤枠の中に赤字で記載をして、さらに文字の大きさも八ポイント以上じゃなければという決めがあると思うんですが、これが、今度、このスマホ、多分多いのはスマホだと思うんですが、若い方の場合、スマホで見るときに、法律家から見て、八ポイント以上とかそういう決まりがあるのに整合性が取れているとお考えになられますかというのと、また、こういった対策を義務付けている消費者保護が守られるかどうかということへの御意見もお伺いします。

○参考人（釜井英法　弁護士、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員長）　ちょっとイメージが、小さいスマホで字を見ていると、それを八ポイントといってもその設定によって全然違ってきますので、条件というのが、提供の仕方、書面の記載の仕方というところは大変工夫しないとできないのではないのかなと。余り大きくすれば、紙をもう物すごく動かさないと書面全体がまた見えないようなことにもなるかもしれないというところで、大変、実際上、見付けるのが難しいだろうと。紙であればもう表裏で、それで赤字とかで書いていればすぐに見えます。これはもう本当に、親と相談を受けたときに、本人が持ってきたら、あっ、この部分は自分ができるんでしょうかというようなことで、よく相談とかにはありますから、やはりあれは紙の、警告している機能といいますか、そういうものができるんだよというのは大変合理的なものだなというふうには考えています。

　それからあと、だから、電子書面にしたときにそこのところをどうするのか。本当に意地の悪い、特にマルチなんかは物すごく結構説明が長いんですけど、百ページも二百ページもある中の、やって、そこに書いてはいるけど、どこに何が書いているかが分からないというような、そういうような事態というのは生じ得るんではないかなと。そんな、もうその中に言葉として、変な言葉というか、業者に有利な言葉を紛れ込ませるとか、そういう危険性は高まるかなという気はします。そういう、何といいますか、たくさん利益が出るよと言って勧誘しようというような業者がいるところだからという、普通は余りそんなことは考えないわけですけど。

**○岸まきこ**　ありがとうございます。

　もう一つ釜井参考人にお伺いしたいんですが、消費者の観点とちょっとずれてしまうかもしれませんけど、契約書面を電子メールに添付というふうになるとすれば、ウイルスメールとの違いが分かりにくくなるんではないかという御意見があったと思うんですが、今も、例えば私も昨日も実際にメールでもらったもので、本物の宅配業者かと思うぐらい巧妙なフィッシングメールというんですかね、フィッシング詐欺ですね、ウイルスが添付されているようなメールというのが多いと思うんです。

　そういった、日弁連の意見書には、フィッシング詐欺を疑って契約書を開かないのではないかという懸念が書いてありましたが、更に言えば、私はその契約書面の電子化を偽ったフィッシング詐欺を増長させるということも考えられるのではないかと思うんですが、このことについて御見解ありますか。

○参考人（釜井英法　弁護士、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員長）　もう本当に、いろんな法律ができたとか、いろんな事故が起こったといいますか、パスワードの流出事故が起こったというような、新聞にそういうものが出れば必ずそういうようなことを利用した形で、何といいますか、お金を払わせるような業者、もうこれは業者というよりはほとんど犯罪集団に近いんですけれど、そういう人たちが出てくるというのはもう常に今までも見てきていますし、この辺りで特商法等の書面の電子化というようなことになれば、いろんな悪い人たちがいろんなことを考えていろんなことで送り付けてくる可能性はあるかなというふうには思います。

**○岸まきこ**　ありがとうございます。

　続いて、正木参考人にお伺いします。

　様々なこの契約書面の電子化の心配というか懸念が、いろんな御意見が今までも聞いていると思うんですが、先ほどもお話を聞いていると、やっぱり消費者としても事業者としても悪徳商法に対してはきちんと対峙していかなきゃいけないんだということをおっしゃっていました。

　それであれば、先ほどもお話にあったと思うんですが、事業者から積極的にこの電子化を勧めるのではなくて、消費者が望んだ場合に絞ってやるというふうな手法にした方がいいのではないかなと先ほどの意見を聞きながら私自身思ったんですが、そういうことをすることによって言わば真面目な業者を悪質業者から守るということにもつながってくるのではないかと思うんですが、こういった私の考え方について正木参考人の立場からするとどういうふうにお考えか、お伺いします。

○参考人（正木義久　一般社団法人日本経済団体連合会ソーシャル・コミュニケーション本部長）　まさにおっしゃるとおりで、消費者の方が、デジタルであるからこそ輝ける方が、あるいはいろいろ情報が得られるという方がいらっしゃるわけですから、消費者の方の利便性を向上するという観点からデジタルの書類が行くようになるのが望ましいと。で、それの法文上の表現がその承諾なのか釜井先生の言われる請求なのかというのは、これ法律のことで、私はこういうものなのかなと思いましたけれども、気持ちとしては消費者の方の便利になるためにデジタル化をしているんだというふうに考えております。

**○岸まきこ**　ありがとうございます。

　本当はいろんな工夫をしないと、なかなかこれは無用な消費者トラブルを生んでしまうような気がするので、本当に一緒になって考えていかなきゃいけない法案だなというふうに思います。

　もう少し時間があるのでお話お聞きしたいんですが、また浦郷参考人にお聞きします。

　契約書面の電子化は消費者の承諾が必要となっているんですが、信頼ある承諾がないとは言い切れませんが、きちんと信頼がある承諾もあるかもしれないんですけど、消費者トラブルの場合は、やっぱり訪問販売とか電話勧誘など、突然訪問されて、私もそうですけど、はっきり断りづらいのにたたき込まれるように言われてしまうということで、勢いで契約をさせられるということが多いんですよ。その中で勢いで承諾書も書かされてしまうんではないかというふうに考える面もあるのではないかと思うんですが、これまで消費者相談を受けてきた立場からいうと、そういうことってあり得るかどうかというのを再度お伺いします。

○参考人（浦郷由季　一般社団法人全国消費者団体連絡会事務局長）　ありがとうございます。

　おっしゃるとおりだと思います。やはり訪問販売とかそういうところでは、不意打ち的に勧誘が始まって、本当に消費者は受動的な立場でいろいろ言われて、自分の中でその意思決定ですか、そういうのがなかなかできないまま本当に契約を迫られるみたいなそういう状況、そういう場面の中で、じゃ、契約書の書面についても電子化でいいですかという承諾ですね、得る場合も、その中で承諾したということだと、それはとても本人が真に承諾したということにはならないと思います。

　それをどうやって確認するのかというところが、消費者庁の方でもいろいろ要件ですか、出してきていますけれども、それだけでは本当に承諾を得たという、真の承諾ということにはならないのではないかなということは思っております。

**○岸まきこ**　最後に、送り付け商法についてお伺いをしたいんです。釜井参考人にお伺いします。

　先日の本会議でもこの送り付け商法について大臣の答弁いただいているんですが、そもそも送り付け商法については消費者は代金を支払わなくていいという前提なので、だからこそ全てを全面禁止にしなかったんだという答弁がありました。

　しかし、消費者には送り付け商法について代金を払わなくていいという概念が伝わっていないのではないかと考えられるんですが、消費者被害の現場から見てどうお考えでしょうか。

○参考人（釜井英法　弁護士、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員長）

　そんなケースでどうしたらいいのかという相談はあって、それが送り付け商法なのか間違ってしまったのかと、で、どうしたらいいか分からなくてそのままにしているとか、非常にそこがはっきりしなかった、しないから不安だというような相談は実際にあります。

　それから、今まではそこが二週間というところが、たったら処分できるというようなことだったんですけれども、その辺りはもうその期間が取っ払われたので少しは障害は減りましたが、一般常識とはちょっと違うので、自分のところに来たものを勝手に処分していいのかというところは普通にはなかなか理解し難いから、やはり消費者庁の方で、こんな制度ができてこうなんだというのを丁寧に広報するということ、啓発活動するということが重要なんじゃないかなというふうに思っております。

**○岸まきこ**　三人の参考人の皆さん、ありがとうございます。大変参考になりました。

　引き続き地方消費者行政とも連携をしながら取組が必要だということが分かりましたので、以上で質問を終わります。ありがとうございました。