

消費者庁取引対策課 意見募集担当 御中

2022年12月22日

内閣総理大臣認定 特定適格消費者団体・適格消費者団体  
特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道

理事長 松 久 三四彦

〒060-0004

札幌市中央区北4条西12丁目1番55 ほくろうビル3階

Tel 011-221-5884 Fax 011-221-5887

E-mail info\_hokkaido@hocnet1222.jp

## 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ついて

今般、意見募集に付された特定商取引に関する法律（以下「特商法」といいます。）の施行令の改正案及び同法の施行規則の改正案、預託等取引に関する法律施行規則の改正案に対する当法人の意見は、下記のとおりである。

### 記

#### 第1 特商法施行令の改正案について

##### 1 2条1号

###### (1) 意見の趣旨

電話勧誘販売の定義に関して、勧誘目的を告げないで消費者から電話をかけるよう要請する方法に、新聞・雑誌、テレビ・ラジオ、Webサイトなどを利用する方法を追加することに賛成する。

###### (2) 意見の理由

近時、若年者を中心に、Webサイト画面で儲け話のアドバイスをすると表示してWeb会議・動画サイトにアクセスするよう誘引して電話で情報商材等の勧誘を行うなどといった事案が見られる。上記2条1号は、近時の不意打ち勧誘の実態に即して電話勧誘販売の適用対象を拡大する規定であり、被害実態を踏まえた極めて適切な改正である。この改正を活かすため、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。

##### 2 4条1項

###### (1) 意見の趣旨

特商法4条2項による承諾を、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。ただし、関連する施行規則の定めについて後記のとおり

問題がある。

(2) 意見の理由

訪問販売における申込書面や契約書面等の交付は、契約内容を明確にし、取引当事者を特定させ、クーリング・オフに関する事項を知らせるなど、極めて重要な意味を持つ。その書面交付を電磁的方法による場合の消費者の承諾は、慎重になすべきであって、口頭や電話ではなく、書面又は電磁的方法によるべきである。ただし、電磁的方法に関する施行規則には後記のとおり、問題点がある。

3 4条2項

(1) 意見の趣旨

令4条1項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。

(2) 意見の理由

前記の書面交付義務の重要性に鑑みて、消費者に電磁的方法による提供を自由に撤回できるようにするべきである。この改正を活かすため、施行日までに関係事業者には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。

4 4条3項

(1) 意見の趣旨

書面に代えて電子データを提供する場合、事業者は、消費者が電子メールを受信したことや、契約データを支障なく閲覧できる状態にあることを、確認義務として定めた4条3項は極めて重要であって、賛成する。

(2) 意見の理由

ア 電子データの到達時期（クーリング・オフの起算日）は、特商法4条3項等の規定により消費者のメールサーバーに到達した時とされている。そのため、消費者が気付かないうちにクーリング・オフ期間が進行するおそれがある。書面交付義務及びクーリング・オフ制度の消費者保護機能が損なわれるおそれがある。

イ 上記の4条3項は、事業者が、契約データが消費者に到達していることと、電子データを支障なく閲覧できる状態にあることを、電話や電子機器を通じて消費者に対して確認することを義務付けている。消費者が契約データの到達に気付かないうちにクーリング・オフが進行する問題を防止するうえで極めて重要であり、高く評価できる。

ウ なお、確認に当たって、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って、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消費者に対して確認することを、ガイドラインで明示して公表されるように求める。

5 8条1項

(1) 意見の趣旨

特商法13条2項による承諾を、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。ただし、関連する施行規則の定めについて後記のとおり問題がある。

(2) 意見の理由

前払式通信販売は、消費者の地位が不安定になることから、契約関係を確定させるために承諾等通知は、重要な意味を持つ。その書面交付を電磁的方法による場合の消費者の承諾は、慎重になすべきであって、口頭や電話ではなく、書面又は電磁的方法によるべきである。ただし、電磁的方法に関する施行規則には後記のとおり、問題点がある。

6 8条2項

(1) 意見の趣旨

令8条1項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。

(2) 意見の理由

前記の承諾等通知の重要性に鑑みて、消費者に電磁的方法による提供を自由に撤回できるようにするべきである。

7 9条1項

(1) 意見の趣旨

特商法18条2項による承諾を、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。ただし、関連する施行規則の定めについて後記のとおり問題がある。

(2) 意見の理由

電話勧誘販売における申込書面や契約書面の交付は、契約内容を明確にし、取引当事者を特定させ、クーリング・オフに関する事項を知らせるなど、極めて重要な意味を持つ。その書面交付を電磁的方法による場合の消費者の承諾は、慎重になすべきであって、口頭や電話ではなく、書面又は電磁的方法によるべきである。ただし、電磁的方法に関する施行規則には後記のとおり、問題点がある。

8 9条2項

(1) 意見の趣旨

令9条1項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。

(2) 意見の理由

前記の書面交付義務の重要性に鑑みて、消費者に電磁的方法による提供を自由に撤回できるようにするべきである。この改正を活かすため、施行日までに関係事業者には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。

9 9条3項

(1) 意見の趣旨

書面に代えて電子データを提供する場合、事業者は、消費者が電子メールを受信したことや、契約データを支障なく閲覧できる状態にあることを、確認義務として定めた9条3項は極めて重要であって、賛成する。

(2) 意見の理由

ア 電子データの到達時期（クーリング・オフの起算日）は、特商法4条3項等の

規定により消費者のメールサーバーに到達した時とされている。そのため、消費者が気付かないうちにクーリング・オフ期間が進行するおそれがある。書面交付義務及びクーリング・オフ制度の消費者保護機能が損なわれるおそれがある。

イ 上記の9条3項は、事業者が、契約データが消費者に到達していることと、電子データを支障なく閲覧できる状態にあることを、電話や電子機器を通じて消費者に対して確認することを義務付けている。消費者が契約データの到達に気付かないうちにクーリング・オフが進行する問題を防止するうえで極めて重要であり、高く評価できる。

ウ なお、確認に当たって、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って、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消費者に対して確認することを、ガイドラインで明示して公表されるように求める。

#### 10 10条1項

##### (1) 意見の趣旨

特商法20条2項による承諾を、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。ただし、関連する施行規則の定めについて後記のとおり問題がある。

##### (2) 意見の理由

前払式電話勧誘販売は、消費者の地位が不安定になることから、契約関係を確定させるために承諾等通知は、重要な意味を持つ。その書面交付を電磁的方法による場合の消費者の承諾は、慎重になすべきであって、口頭や電話ではなく、書面又は電磁的方法によるべきである。ただし、電磁的方法に関する施行規則には後記のとおり、問題点がある。

#### 11 10条2項

##### (1) 意見の趣旨

令10条1項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。

##### (2) 意見の理由

前記の承諾等通知の重要性に鑑みて、消費者に電磁的方法による提供を自由に撤回できるようにするべきである。

#### 12 19条2項

##### (1) 意見の趣旨

電話勧誘販売の定義に関して、勧誘目的を告げないで消費者から電話をかけるよう要請する方法に、新聞・雑誌、テレビ・ラジオ、Webサイトなどを利用する方法を追加することに賛成する。

##### (2) 意見の理由

近時、若年者を中心に、Webサイト画面で儲け話のアドバイスをすると表示してWeb会議・動画サイトにアクセスするよう誘引して電話で情報商材等の勧誘を行うなどといった事案が見られる。上記19条2項は、近時の不意打ち勧誘の実態に即して電話勧誘販売の適用対象を拡大する規定であり、被害実態を踏まえた極め

て適切な改正である。この改正を活かすため、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。

### 1.3 21条1項

#### (1) 意見の趣旨

特商法37条2項による承諾を、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。ただし、関連する施行規則の定めについて後記のとおり問題がある。

#### (2) 意見の理由

連鎖販売取引における概要書面や契約書面等の交付は、連鎖販売取引に関する法律関係を正確に開示させて、クーリング・オフに関する事項を知らせるなど、極めて重要な意味を持つ。その書面交付を電磁的方法による場合の消費者の承諾は、慎重になすべきであって、口頭や電話ではなく、書面又は電磁的方法によるべきである。ただし、電磁的方法に関する施行規則には後記のとおり、問題点がある。

### 1.4 21条2項

#### (1) 意見の趣旨

令21条1項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。

#### (2) 意見の理由

前記の書面交付義務の重要性に鑑みて、消費者に電磁的方法による提供を自由に撤回できるようにするべきである。この改正を活かすため、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。

### 1.5 21条3項

#### (1) 意見の趣旨

書面に代えて電子データを提供する場合、事業者は、消費者が電子メールを受信したことや、契約データを支障なく閲覧できる状態にあることを、確認義務として定めた21条3項は極めて重要であって、賛成する。

#### (2) 意見の理由

ア 電子データの到達時期（クーリング・オフの起算日）は、特商法4条3項等の規定により消費者のメールサーバーに到達した時とされている。そのため、消費者が気付かないうちにクーリング・オフ期間が進行するおそれがある。書面交付義務及びクーリング・オフ制度の消費者保護機能が損なわれるおそれがある。

イ 上記の4条3項は、事業者が、契約データが消費者に到達していることと、電子データを支障なく閲覧できる状態にあることを、電話や電子機器を通じて消費者に対して確認することを義務付けている。消費者が契約データの到達に気付かないうちにクーリング・オフが進行する問題を防止するうえで極めて重要であり、高く評価できる。

ウ なお、確認に当たって、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って、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消費者に対して確認することを、ガイドラインで明示して公表されるように求める。

#### 1.6 26条1項

##### (1) 意見の趣旨

特商法42条2項による承諾を、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。ただし、関連する施行規則の定めについて後記のとおり問題がある。

##### (2) 意見の理由

特定継続的役務提供における概要書面や契約書面等の交付は、取引が長期間にわたることも多く、そのため高額な取引や前払取引になることも多いため、消費者が慎重に判断できるよう事業者側から情報を十分に開示して、クーリング・オフに関する事項を知らせるなど、極めて重要な意味を持つ。その書面交付を電磁的方法による場合の消費者の承諾は、慎重になすべきであって、口頭や電話ではなく、書面又は電磁的方法によるべきである。ただし、電磁的方法に関する施行規則には後記のとおり、問題点がある。

#### 1.7 26条2項

##### (1) 意見の趣旨

令26条1項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。

##### (2) 意見の理由

前記の書面交付義務の重要性に鑑みて、消費者に電磁的方法による提供を自由に撤回できるようにするべきである。この改正を活かすため、施行日までに関係事業者が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。

#### 1.8 26条3項

##### (1) 意見の趣旨

書面に代えて電子データを提供する場合、事業者は、消費者が電子メールを受信したことや、契約データを支障なく閲覧できる状態にあることを、確認義務として定めた26条3項は極めて重要であって、賛成する。

##### (2) 意見の理由

ア 電子データの到達時期（クーリング・オフの起算日）は、特商法4条3項等の規定により消費者のメールサーバーに到達した時とされている。そのため、消費者が気付かないうちにクーリング・オフ期間が進行するおそれがある。書面交付義務及びクーリング・オフ制度の消費者保護機能が損なわれるおそれがある。

イ 上記の4条3項は、事業者が、契約データが消費者に到達していることと、電子データを支障なく閲覧できる状態にあることを、電話や電子機器を通じて消費者に対して確認することを義務付けている。消費者が契約データの到達に気付かないうちにクーリング・オフが進行する問題を防止するうえで極めて重要であり、高く評価できる。

ウ なお、確認に当たって、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って、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消費者に対して確認することを、ガイドラインで明示して公表されるように求める。

#### 19 32条1項

##### (1) 意見の趣旨

特商法55条3項による承諾を、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。ただし、関連する施行規則の定めについて後記のとおり問題がある。

##### (2) 意見の理由

業務提供誘引販売取引における概要書面や契約書面等の交付は、業務提供誘引販売取引での業務内容や特定負担があいまいに伝えられることが多いため、消費者が業務内容や特定負担がわかるように事業者側から情報を十分に開示させ、クーリング・オフに関する事項を知らせるなど、極めて重要な意味を持つ。その書面交付を電磁的方法による場合の消費者の承諾は、慎重になすべきであって、口頭や電話ではなく、書面又は電磁的方法によるべきである。ただし、電磁的方法に関する施行規則には後記のとおり、問題点がある。

#### 20 32条2項

##### (1) 意見の趣旨

令32条1項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。

##### (2) 意見の理由

前記の書面交付義務の重要性に鑑みて、消費者に電磁的方法による提供を自由に撤回できるようにするべきである。この改正を活かすため、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。

#### 21 32条3項

##### (1) 意見の趣旨

書面に代えて電子データを提供する場合、事業者は、消費者が電子メールを受信したことや、契約データを支障なく閲覧できる状態にあることを、確認義務として定めた32条3項は極めて重要であって、賛成する。

##### (2) 意見の理由

ア 電子データの到達時期（クーリング・オフの起算日）は、特商法4条3項等の規定により消費者のメールサーバーに到達した時とされている。そのため、消費者が気付かないうちにクーリング・オフ期間が進行するおそれがある。書面交付義務及びクーリング・オフ制度の消費者保護機能が損なわれるおそれがある。

イ 上記の4条3項は、事業者が、契約データが消費者に到達していることと、電子データを支障なく閲覧できる状態にあることを、電話や電子機器を通じて消費者に対して確認することを義務付けている。消費者が契約データの到達に気付かないうちにクーリング・オフが進行する問題を防止するうえで極めて重要であり、高く評価できる。

ウ なお、確認に当たって、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って、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消費者に対して確認することを、ガイドラインで明示して公表されるように求める。

## 2.2 3.4条1号

### (1) 意見の趣旨

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第16条の2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。

### (2) 意見の理由

ア 3.4条1号の改正は、3.4条1号の「自動車」が日本標準商品分類の中分類47のうち分類番号471「完成自動車（四輪及び六輪自動車）」を指すため、分類番号472の「完成自動車（二輪自動車）（原動機付自転車を含む）」は適用除外であることを前提として、注意的に規定された「（二輪のものを除く）」を削除する趣旨と解される。

イ 3.4条1号の改正により、改正前後で規制対象が変わらないため、改正に対して特段反対するものではない。ただ、改正によって二輪車が訪問購入規制の対象外であるとの誤解が生じるおそれがある。上記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。

ウ なお、上記の改正により二輪車につき訪問購入規制の適用除外にするということであれば反対する。二輪車が特商法58条の4の括弧書に定める要件を満たすとはいえ、平成29年6月付けの消費者庁取引対策課の検討資料においても、訪問購入の適用除外品の変更の必要はないとされていた。現時点で、二輪車を訪問購入の適用除外とする理由が考えにくい。

## 2.3 3.5条1項

### (1) 意見の趣旨

特商法58条の7第2項による承諾を、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。ただし、関連する施行規則の定めについて後記のとおり問題がある。

### (2) 意見の理由

訪問購入における概要書面や契約書面等の交付は、訪問販売と同様に、契約内容を明確にし、取引当事者を特定させ、クーリング・オフに関する事項を知らせるなど、極めて重要な意味を持つ。その書面交付を電磁的方法による場合の消費者の承諾は、慎重になすべきであって、口頭や電話ではなく、書面又は電磁的方法によるべきである。ただし、電磁的方法に関する施行規則には後記のとおり、問題点がある。

## 2.4 3.5条2項

### (1) 意見の趣旨

令3.5条1項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。

(2) 意見の理由

前記の書面交付義務の重要性に鑑みて、消費者に電磁的方法による提供を自由に撤回できるようにするべきである。この改正を活かすため、施行日までに関係事業者が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。

25 32条3項

(1) 意見の趣旨

書面に代えて電子データを提供する場合、事業者は、消費者が電子メールを受信したことや、契約データを支障なく閲覧できる状態にあることを、確認義務として定めた35条3項は極めて重要であって、賛成する。

(2) 意見の理由

ア 電子データの到達時期（クーリング・オフの起算日）は、特商法4条3項等の規定により消費者のメールサーバーに到達した時とされている。そのため、消費者が気付かないうちにクーリング・オフ期間が進行するおそれがある。書面交付義務及びクーリング・オフ制度の消費者保護機能が損なわれるおそれがある。

イ 上記の4条3項は、事業者が、契約データが消費者に到達していることと、電子データを支障なく閲覧できる状態にあることを、電話や電子機器を通じて消費者に対して確認することを義務付けている。消費者が契約データの到達に気付かないうちにクーリング・オフが進行する問題を防止するうえで極めて重要であり、高く評価できる。

ウ なお、確認に当たって、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って、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消費者に対して確認することを、ガイドラインで明示して公表されるように求める。

第2 特商法施行規則の改正案について

1 8条1項

(1) 意見の趣旨

8条1項1号ロにつき、SNSが含まれないことを、ガイドライン等で明示するべきである。

(2) 意見の理由

8条1項1号ロは、事業者のホームページからの電子計算機に記録されたデータをダウンロードする形式を想定したものと解される。ただ形式上、SNSを介したデータのダウンロードも含まれると解される余地がある。SNSを含むと解すると、近時、SNSを介した消費者被害が若年者を中心に多く発生しており、その防止につながらない。ガイドライン等でSNSが含まれないことを明示するべきである。

2 8条3項

(1) 意見の趣旨

改正案にある「明瞭に読むことができるよう表示すること」という文言につき、

理由中記載の例示を追加するように求める。

(2) 意見の理由

ア 8条3項には、「電磁的方法により書面記載事項を提供するときは、申込者が明瞭に読むことができるよう表示すること」とされているが、この「表示」が添付ファイルの電子データの表示方法を指すのか、電子メールの件名や本文の表示方法も含むのか明らかでない。

イ 添付ファイルを開いた後の電子データの記載方法以上に、メールの件名や本文での注意喚起が重要であって、省令自体に記載事項を明記すべきである。具体的には、メールの件名表示に、契約書面に代わる契約データを送付するものであること、メール本文の冒頭に、契約書面に代わる契約データが記録されていることや、電子メールが消費者の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などの記載事項を規定すべきである。今後、8条3項に基づいてガイドライン等に表示方法を記載するのであれば、具体的な表示方法を規定すべきである。その場合、メールの件名表示は、重要性を分かりやすく伝えるため共通の表示方法とするべきである。

ウ また、メール本文には、上記事項のほか、事業者名・商品名・契約年月日など対象となる契約を特定する事項も記載すべきである。事業者のWebサイトに契約データを掲載して、消費者がこれにアクセスして閲覧・ダウンロードする方法を採る場合についても、契約データが掲載されたWebサイトのURLとその閲覧・ダウンロードを求める旨の通知を電子メール等により通知することが必要であり、その際は件名表示や本文冒頭の注意事項表示を規定することが必要である。

エ 以上に関して、本改正に関する検討会の報告書には、電子メールによる提供の場合は、件名表示と本文冒頭に電子データの重要性を注意喚起する記載をすべきではないか、という提言があった。電子メールの添付ファイルに契約条項を記載したデータを添付して送信されても、その重要性を理解していない一般消費者は、添付ファイルを開かないままクーリング・オフ期間を経過するおそれが強い。この点を踏まえて、検討会報告書は、「電磁的方法による提供に当たっては、その提供方法に応じた形で注意事項を明示すべきであり、たとえば電子メールによる提供の場合は、件名表示を消費者にその重要性を認識できるようなものにするとともに、本文冒頭で、より詳しい注意事項を記載すべきである」としていた。以上の検討を踏まえた改正とするべきである。

オ 一般に電子データによる契約条項の表示方法は、電子画面の中の一部に契約条項の小さな窓を設けて多数回のスクロールを必要とするような表示方法が少なくない。契約書面については、現行省令5条3項及び6条6項により、8ポイント以上の活字を使用し、クーリング・オフ事項は赤字・赤枠で表示するなど、分かりやすい表示方法が省令に明記されている。これに対し改正省令案6条(旧5条)・7条(旧6条)は、申込書面・契約書面が適用対象とされており、電子データの提供の場合はこれらの記載事項に関する具体的な規定がない状態である。

電子データによる契約条項の提供に際しては、電子メールの添付ファイルや事業者のWebサイトに掲載する契約条項の表示方法について、例えば、スクロー

ル操作が最小限で済むように電子画面全体を有効に利用すること、契約条項が読みやすいような活字の大きさを確保することなど、明瞭に記載されるよう表示方法をガイドライン等に具体的に規定することが必要である。とりわけクーリング・オフ事項は、契約を特定する事項に近接して表示すること、赤字・赤枠で記載すること、他の記載部分に比べて活字のポイントを1～2段階大きくすること、クーリング・オフ通知の送信先となる事業者のメールアドレスを近接して表示することなど、消費者がクーリング・オフ制度の存在及び行使方法を容易に認識できるように明瞭に表示することを、ガイドラインに具体的に規定すべきである。

### 3 9条

#### (1) 意見の趣旨

SNSによる承諾が含まれないことを、ガイドライン等で明示するべきである。

#### (2) 意見の理由

意見の理由は8条1項と同様である。

### 4 10条

#### (1) 意見の趣旨

10条1項4号では、スマートフォンが含まれてしまうことになる。スマートフォンを除外する規定にするべきである。

#### (2) 意見の理由

ア 1インチ2.54cmであり、かつ最大径（画像面の斜線の長さ）が「小数点以下を四捨五入した数値が5以上」ということなので、4.5インチ以上あれば四捨五入して5以上ということで許容される。最近のスマートフォンの大半は、最大径5インチ前後で、小さいものでも4.7インチであるから、ほとんどのスマートフォンが許容されることになる。

イ この点、本改正に関する検討会意見書では「（消費者が）書面並みの一覧性（＝面積）を有する形で交付書面と同様の内容について表示可能な機器」を保有している場合に限るとして、スマートフォンを除外していた。その背景として、クーリング・オフを含めた法定記載事項が一覧できる大きさはA4・1枚の大きさになるというところから考えて、それが画面に収まる面積が想定されていた。検討会における消費者団体等の意見も同様であった。ところが、上記の10条1項4号では、前記アのとおり、スマートフォンが含まれてしまっている。

ウ 訪問販売、前払式通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引や特定継続的役務提供、業務提供誘引販売、訪問購入における書面交付義務は、各取引類型によって趣旨が異なるものの、いずれも消費者の保護にとって重要として法定されている。法定書面の電子化によって消費者の保護のレベルが電子化以前より低下してもよい理由もなく、低下させるべきではない。デジタル社会の推進は、そのユーザーである消費者の取引上の保護を置き去りにしてよいものではないはずである。

クーリング・オフの記載事項だけをとっても、赤字・赤枠・8ポイント以上の活字で記載する義務（特商法施行規則5条3項、6条6項）があり、スマートフォン画面では遵守できないおそれがある。クーリング・オフ制度の予備知識がない一般消費者が画面をスクロールして拡大する操作を繰り返さなければ発見する

ことができないような記載では特商法の委任を充たさないとされる。