

報道発表資料

令和元年12月19日
独立行政法人国民生活センター

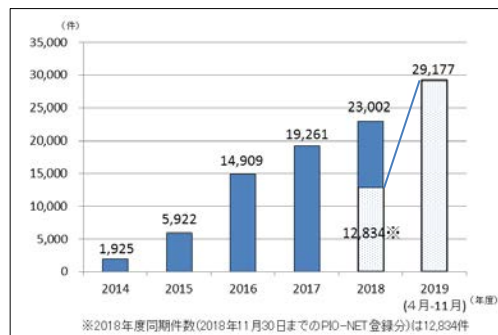
相談激増！「おトクにお試しだけ」のつもりが「定期購入」に！？ －解約したくても「解約できない」、「高額で支払えない」・・・－

販売サイト等で「1回目90%OFF」「初回実質0円（送料のみ）」など通常価格より低価格で購入できることを広告する一方で、定期購入が条件となっている健康食品や飲料、化粧品の通信販売に関する相談（以下、通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談）が全国の消費生活センター等に多く寄せられています。相談件数は年々増加しており、2019年度（2019年11月30日時点）にPIO-NET¹に寄せられた相談は29,177件と、2018年度の23,002件を既に上回っており、前年度同期比約230%と激増しています。

相談内容をみると、定期購入が条件であることを消費者が認識しないまま商品を注文しているケースが多くみられ、消費者が事業者へ解約したいと連絡しても「定期購入が条件なのでと○回購入しないと解約できない」と断られるケースが目立ちます。定期購入が条件であることを消費者が認識している場合でも、解約の連絡をすると「解約の申請期間外なので受け付けられない」などと断られたといった相談がみられます。また、「いつでも解約できると広告されていたが、解約しようと事業者へ何度電話をしても通話中でつながらない」といった相談も目立ちます。

国民生活センターでは2016年6月²、2017年11月³の2度にわたり、商品を注文する際には定期購入等の契約内容や解約条件をしっかりと確認するよう消費者に注意喚起しましたが、その後もトラブルが増え続けていることから、消費者に注意を呼びかけます。

図1. 通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談件数の推移



¹ PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。本資料の相談件数は、2019年11月30日までのPIO-NET登録分。

² 「相談急増！「お試し」のつもりが定期購入に！？－低価格等をうたう広告をうのみにせず、契約の内容をきちんと確認しましょう」（2016年6月16日公表）http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20160616_1.html

³ 「「お試し」のつもりが「定期購入」に！？第2弾－健康食品等のネット通販では、契約内容や解約条件をしっかりと確認しましょう」（2017年11月16日公表）http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20171116_1.html

1. 相談事例（ ）内は受付年月、契約当事者の属性）

【事例1】お試しだけのつもりで注文したが定期購入が条件だった

動画投稿サイトで「ダイエット効果のあるサプリメント、お試し500円」という広告を見て注文した。最近、初回の商品と同じ商品が届き、商品代金約6,500円の請求書が同梱されていた。驚いて事業者にお問い合わせると、「5回の商品購入が条件の契約だ」と言われた。500円のお試しのみの購入で定期購入が条件とは思わず注文した。注文時の最終確認画面にも高額な金額の記載はなく、定期購入が条件とも記載されていなかった。こんなに高額になるなら注文しなかった。納得できない。

(2019年9月受付 30歳代 男性)

【事例2】2回目に数カ月分の商品が一度に届いた

動画投稿サイトに出ていた広告を見て、お試し300円のダイエットサプリメントを注文した。商品は届いたが、後日、頼んだ覚えがないのに2回目の商品の発送を知らせるメールが届いた。4カ月分20袋がまとめて発送され、商品代金は約4万円であった。お試しの商品を注文しただけで、定期購入が条件であることや支払うことになる総額を販売サイトで見た覚えはない。事業者が解約を申し出たが、「2回目まで購入しなければ解約はできない」と言われた。高校生の自分にはこのような高額な支払いはできない。どうすればよいか。

(2019年10月受付 10歳代 女性)

【事例3】カウントダウンに焦って注文したら実際には定期購入が条件だった

スマートフォンでお試しのダイエットサプリメントの販売サイトを見た。カウントダウンが表示され「今なら100円で提供する」とあったので、焦って思わず注文してしまった。サプリメントが届いた後、特に事業者に依頼をしなかったのが契約は終わったものと思っていた。ところが、後日約7,000円分のサプリメントが届き、同梱されていた書面には最初の商品から5回目までは解約ができない定期購入であることが書かれていた。事業者にお問い合わせでも「解約はできない」と言われた。

(2019年8月受付 50歳代 女性)

【事例4】定期購入契約を解約するには通常価格で商品を購入する必要があると言われた

芸能人が宣伝する筋肉増強サプリメントがSNS広告で紹介されていた。興味を持ち販売サイトにアクセスし詳細を確認した。通常価格約1万円が初回特典約500円、送料無料で試せるとあったので注文した。商品が届き、同梱されていた明細書をみると、次回お届け日の記載があり不審に思った。事業者にお問い合わせると、「4回の商品購入が条件の定期購入だ。広告にも記載がある」と説明された。「そのような表示を見た覚えはない」と伝えると、「解約に応じるとしても、通常価格との差額を支払ってもらう」と言われた。通常価格での支払いに納得がいかない。

(2019年8月受付 50歳代 男性)

【事例5】通常価格での商品購入が「解約保証」の条件となっていた

インターネットでダイエット効果をうたうサプリメントを注文した。定期購入が条件であることは分かっていたが、「〇日間解約保証」と大きく記載されていた。商品が届き、使用してみたが、効果を感じることができなかつたため、解約することにした。しかし、事業者に解約を申し出ると、「解約するならば、1カ月分の商品代金を通常価格で支払う必要がある」と言われた。解約の申し出は「解約保証」の〇日以内であるし、納得できないと伝えたところ、販売サイト画面を確認するよう指示され、解約条件が「1カ月分の商品代金を通常価格で支払うこと」と記載されている箇所を示された。注文時にはそのような記載はなかったように思うし、言われるまま支払いをしなければいけないのか。

(2019年8月受付 20歳代 女性)

【事例6】いつでも解約可能の定期購入を解約しようとしたが、解約の申請期間外だと断られた

定期購入が条件だがいつでも解約できるとなっていた美容液をインターネットで注文した。数日後、初回の商品が届き、コンビニで商品代金約4,000円を支払った。2回目以降の価格は約1万2,000円だった。2回目を解約しようと思い事業者に電話をすると、「解約は次回発送予定日の7日前までに連絡が必要。次回の発送は2日後なので今は解約はできない」と言われた。販売サイトを確認すると、「変更は次回お届け予定日の7日前までにご連絡ください」と記載されていたが、値段等の表示に比べるととても小さく気づかなかつた。2回目以降について解約したい。

(2019年8月受付 40歳代 女性)

【事例7】事業者につながらず解約できない

インターネットで検索して見つけた化粧クリームを注文した。初回は約2,000円、2回目からは約4,000円で、いつでも解約することができるとのことだった。初回の商品が届き使ってみたがこれ以上は必要ないと思い、事業者に解約を申し出るため電話をかけた。ところが、1日に何度も、何日間も電話をかけても回線が混みあってつながらない。解約は次回の商品発送の10日前までに電話で申し出なければいけないとなっているが、電話がつかないうちに時間が経過してしまう。どうすればよいか。

(2019年7月受付 50歳代 女性)

【事例8】体調不良を理由に解約を申し出たが医師の診断書を求められた

初回お試し価格500円というダイエットサプリメントの広告を見て、試してみようと思い注文した。届いた商品を飲んだところ下痢をしたので飲み続けられなかつた。その後、同じ商品が届き定期購入であることが分かったが、申し込む際には気がつかなかつた。後日、事業者に解約を申し出たところ、「初回を含めて4回の契約なので、途中での解約はできない」と言われた。下痢をしたことを話しても、「医師の診断書を提出しなければ解約は受け付けられない」と言われた。サプリメントを飲むのをやめたら下痢は治まった。これ以上サプリメントを飲むことはできないのにと3回購入しなければならぬのは納得できない。

(2019年10月受付 50歳代 男性)

2. 相談事例からみる特徴と問題点

(1) 定期購入が条件であること等の契約内容⁴が認識しづらい

事業者は販売サイトで、「ダイエットをサポート」「筋力がアップ」など商品の効果の他、「1回目 90%OFF」「初回実質0円（送料のみ）」など通常価格より低価格で商品が購入できる点を強調して表示していますが、実際に低価格で購入するためには定期購入が条件となっています。定期購入の条件には「4カ月以上の継続が条件」など期間・回数が定められている場合の他、定期購入が条件であるものの期間・回数が定められていない場合もあります。

相談事例をみると、販売サイトの広告で定期購入が条件であること等が強調表示の近くに表示されていないケースや表示されていても強調表示に比べて字が小さいケースの他、何度もスクロールしなければ全体が表示されないページ途中で契約内容が表示されているケースなどがあり、消費者が契約内容を認識しづらい販売サイトが多くみられます⁵（事例1、2、4、8）。

消費者が注文フォームに必要事項を入力すると、申込みの最終確認画面⁶が表示されますが、相談事例をみると、初回分の商品価格のみが表示され、定期購入が条件であることや消費者が支払うことになる総額が最終確認画面に表示されていないケース、表示はされていても目立たないケースなどがみられ、最終確認画面においても消費者が契約内容を認識しづらい場合が多くみられます（事例1）。

(2) 契約内容の表示が不十分なSNS上の広告や動画広告をきっかけに注文に至っている

消費者がインターネットで商品を検索して販売サイトに至るケースもありますが、SNS上の広告や動画広告をきっかけに販売サイトに至るケースが多くみられます。SNS上の広告や動画広告は、アフィリエイト広告であることが多く、これらの広告からのリンクで販売サイトにアクセスし消費者は商品を注文しますが、きっかけとなるSNS上の広告や動画広告では商品の効果や低価格が強調されているため、消費者は定期購入が条件であること等を十分に認識しないまま商品を注文しています（事例1、2、4）。また、事業者がこうしたアフィリエイト広告の存在や内容を把握できないと主張するケースもみられます。

(3) 解約条件が認識しづらい

消費者が「定期購入だと分からなかった」等を理由に解約・返品をしようと事業者に連絡しても、定期購入が条件となる期間・回数が定められている場合は「既定の回数を購入した後でなければ解約できない」等と断られます。定期購入が条件であるものの期間・回数が定められていない場合においても、解約の申請期間が商品発送日より○日後から△日後と設定され、その期間が数日しかないため、消費者が解約することが困難なケースもみられます。

⁴ 特定商取引に関する法律（特定商取引法）施行規則第8条第7号では、通信販売の広告に表示する事項として「商品の売買契約を二回以上継続して締結する必要があるときは、その旨及び金額、契約期間その他の販売条件」を規定しています。

⁵ 消費者庁「打消し表示に関する実態調査報告書」（2017年7月）では、問題となるおそれのある打消し表示の例として、「一般消費者が打消し表示を見落とししてしまうほど文字が小さい場合」「打消し表示が強調表示から離れた場所に表示されており、一般消費者が打消し表示に気付かなかつたり、打消し表示に気付いたとしても、当該打消し表示が、離れた場所に表示された強調表示に対する打消し表示であることを認識できないような場合」等を挙げています。

⁶ 特定商取引法第14条第1項第2号では、顧客の意に反して売買契約等の申込みをさせようとする行為を禁止しています。禁止行為に該当するケースを具体的に示した「インターネット通販における『意に反して契約の申込みをさせようとする行為』に係るガイドライン」では、申込みの最終段階の画面上において、定期購入契約の主な内容の全てが表示されていない場合は、「意に反して契約の申込みをさせようとする行為」に該当するおそれがあるとされています。

解約・返品に関する条件（返品特約）⁷について、相談事例をみると、販売サイトにおいて強調表示の近くに表示されていないケースや表示されていても字が小さいケースの他、ページの最後にあるリンク先にしか記載されていないケース等がみられます。申込みの最終確認画面においても、返品特約の表示やリンクがないケースがあり、消費者が契約内容と同様に返品特約についても、認識しづらいケースがみられます（事例6）。

また、相談事例をみると、消費者が商品を使用したところ「効果がない」（痩せない、筋肉がつかない等）、「身体に合わない」（下痢をした、肌があれた等）等を理由に解約を申し出るケースもみられます。しかし、商品と体調不良の因果関係を示すもの（医師の診断書）を求められるケースや、事業者からは「体調不良が理由でも定期購入が条件となる期間中は解約できない」等と断られるケースが多くみられます（事例8）。

（4）事業者と連絡がとれない

消費者が事業者に「解約したい」と思い、解約申請のために事業者に電話をかけても、通話中が続きつながらないという相談が多く寄せられており、多くの事業者において、消費者からの問い合わせや解約の申し出に十分対応できるだけの体制を整えられていないケースがみられます。電話がつかないため、消費者がメールやFAXで事業者に連絡しても、解約については、「電話でのみ受け付けている」として対応されないケースがほとんどです。

事業者は「次回発送日の7日前まで」等と解約の申請期間を定めていることも多いです。そのため、消費者がその期間中に事業者へ解約を申し出ようとしても電話がつかない結果として、解約の申請期間が経過してしまい、新たな商品が届き、その代金を請求されるケースもみられます（事例7）。

（5）消費者は注文時に想定した以上の金額を支払うことになる

消費者は通常価格より低価格で1回だけのつもりで商品を注文していても、契約内容は定期購入が条件となっているため、総額として数万円等、注文時に想定した以上の金額を支払うことになります。定期購入が条件となる期間・回数が定められていない場合でも、事業者へ電話をかけても通話中が続きつながらず、解約の申請期間中に解約手続きができない結果、想定した以上の金額を支払うことになるケースもあります（事例1、3、7、8）。中学生や高校生が初回価格を見てお小遣いの範囲で支払えると思い商品を注文したところ、実際に支払うことになる金額が高額であるため支払えないといった相談もみられます（事例2）。

事業者によっては、通常価格との差額を支払うことを条件に定期購入期間中でも解約に応じる場合もありますが、この場合でも、消費者は商品を通常価格で購入することになるため、注文時に想定した以上の金額を支払うことになります（事例4）。なかには、事業者が「〇日間解約保証」などとうたっているケースもみられますが、その期間内に申し出ると、それまでに受け取った商品を通常価格で購入することで定期購入の条件はなくなるという内容であり、消費者は初回商品の支払いのみで解約できるわけではありません（事例5）。

⁷ 特定商取引法施行規則第9条第3号では、返品特約について、「顧客にとって見やすい箇所において明瞭に判読できるように表示する方法その他顧客にとって容易に認識することができるよう表示」することを規定しています。

3. 消費者へのアドバイス

(1) 「定期購入が条件となっていないか」「支払うこととなる総額はいくらか」など契約内容をしっかり確認しましょう

商品を注文する際には、事業者の販売サイトや申込みの最終確認画面で、商品の価格や効果ばかりではなく、定期購入が条件となっていないか、定期購入が条件となっている場合、継続期間・回数が定められているか、支払うこととなる総額はいくらか等の契約内容をしっかり確認しましょう。相談事例をみると、スマートフォンから商品を注文しているケースも多くみられます。スマートフォンはパソコン等に比べて画面が小さいため、販売サイトや申込み最終確認画面の表示内容を確認する際は、より注意が必要です。

あわせて、販売サイトや申込みの最終確認画面を印刷したりスクリーンショットを撮る等、契約内容を記録しておきましょう。

(2) 「解約・返品できるかどうか」「解約・返品できる場合の条件」など解約条件をしっかりと確認しましょう

インターネット通販をはじめ通信販売では、クーリング・オフ制度はなく、広告に表示された「解約・返品できるかどうか」「解約・返品できる場合の条件」等の返品特約に従うこととなります（表示がない場合は、商品が届いてから8日間以内であれば、消費者の送料負担で返品が可能です）。

相談事例をみると、事業者がいつでも解約が可能としている場合でも「次回商品発送の〇日前までの申し出が必要」と解約申請期間が限られているケース等のように、解約にあたって条件が定められていることが多く、注意が必要です。

(3) 事業者に連絡した記録を残しましょう

消費者が事業者に電話をしてもつながらず、問い合わせや解約の申し出ができないケースが多くみられます。事業者によっては、電話がつながりやすい曜日や時間帯をホームページ上で案内している場合もあるので、確認しましょう。また、事業者に連絡した証拠として、電話、メール、FAX等の記録を残しておきましょう。

(4) 不安に思った場合やトラブルになった場合は消費生活センター等に相談しましょう

事業者からの請求に納得できない、事業者と連絡がとれず解約ができない等、トラブルが生じた場合には、最寄りの消費生活センター等に相談しましょう。

※消費者ホットライン「188（いやや!）」番

最寄りの市町村や都道府県の消費生活センター等をご案内する全国共通の3桁の電話番号です。

また、商品の使用によって体調を崩してしまった際は、すぐに商品の使用を中止し、それでも状態が改善しない場合は速やかに医師の診断を受けましょう。商品が手元にある場合は、医師の診断を受ける際に持参しましょう。

4. 消費者庁取引対策課、表示対策課への要望

通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談が増加していることに鑑み、事業者に対し、特定商取引法、景品表示法の規定を遵守するよう周知するとともに、違反行為に対しては厳正かつ適切な執行を実施することを要望します。

5. 情報提供先

- ・消費者庁消費者政策課 (法人番号 5000012010024)
- ・内閣府消費者委員会事務局 (法人番号 2000012010019)
- ・公益社団法人日本通信販売協会 (法人番号 9010005018680)
- ・公益社団法人日本広告審査機構 (法人番号 3010005016566)
- ・一般社団法人日本インタラクティブ広告協会 (法人番号 2010005014868)
- ・日本アフィリエイト協議会 (法人番号なし)

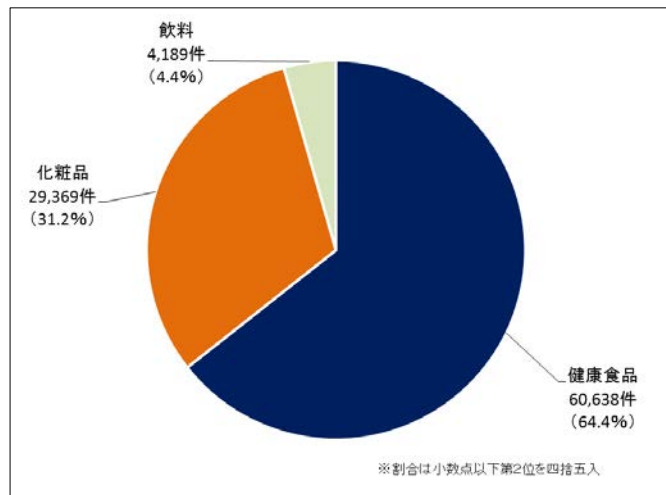
【参考1】PI0-NETにみる相談の傾向

(※2014年4月1日以降受付、2019年11月30日までの登録分94,196件について分析)

1. 商品

今回対象としている健康食品、飲料、化粧品のうち、消費者が契約している商品を見ると、ダイエット効果や筋肉増強効果をうたうサプリメント等の健康食品(64.4%)が60,638件と最も多く、次いで除毛剤や美肌効果をうたう美容液等の化粧品が29,369件(31.2%)となっています。

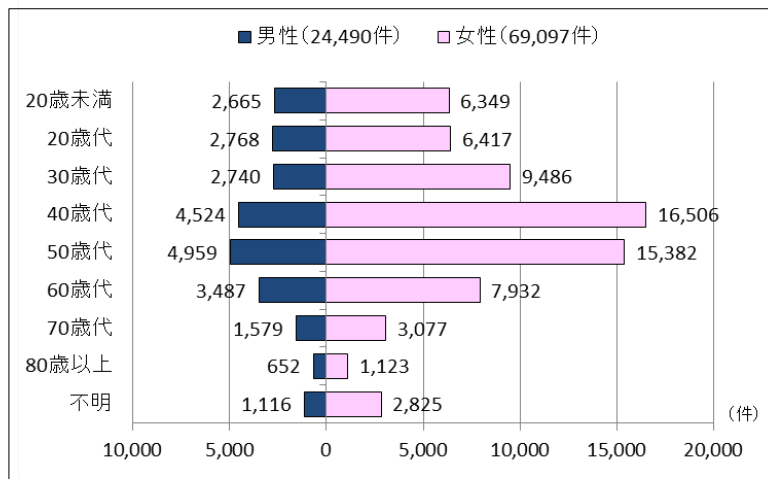
図2. 消費者が契約している商品 (n=94,196)



2. 契約当事者の属性

契約当事者の性別をみると、男性が24,490件(26.2%)、女性が69,097件(73.8%)です。契約当事者の年代をみると、30歳代~50歳代の相談が多くみられます。

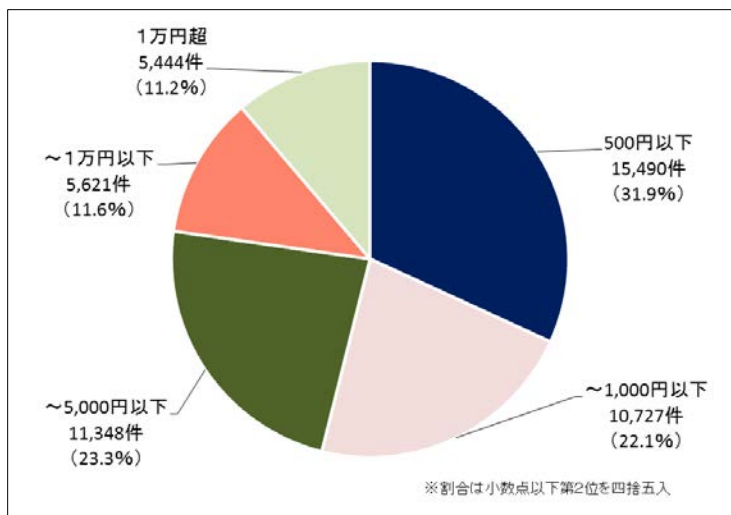
図3. 契約当事者の性別・年代別件数 (n=93,587 ※性別不明等609件を除く)



3. 既支払額

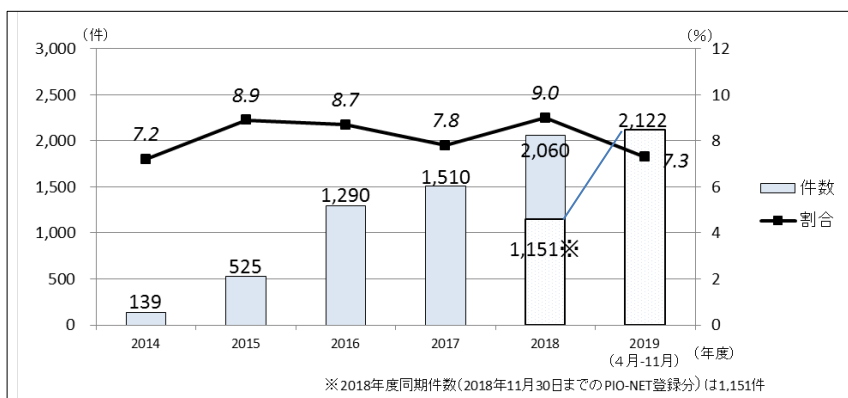
消費者が既に支払った金額（既支払額）をみると、初回の商品価格が低価格であるケースが多いことから、500円以下が15,490件（31.9%）、1,000円以下が10,727件（22.1%）と多くみられます。

図4. 既支払額（n=48,630 ※既支払額が0円（19,340件）及び無回答（26,226件）を除く）



4. 効能・効果に関する相談

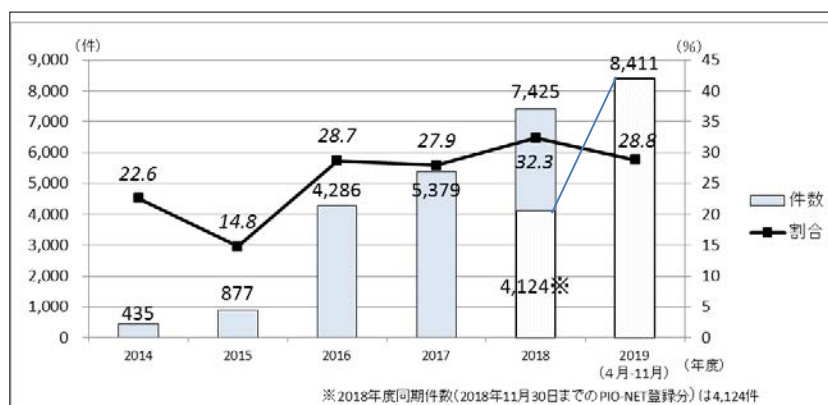
図5. 通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談における「効能・効果」⁸の件数



⁸ 商品を使用したところ、痩せると言われたが痩せない、効果があがらないなど。なお、図中の割合は、通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談件数に対する割合（図6も同じ）。

5. 連絡不能に関する相談

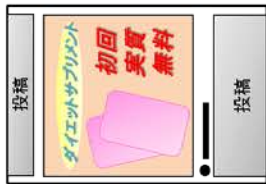
図6. 通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談における「連絡不能」⁹の件数



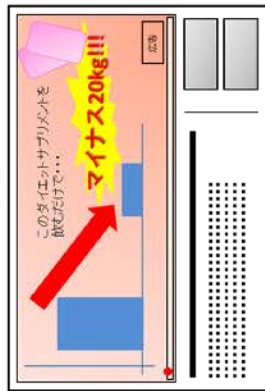
⁹ 電話がいつも通話中でつながらない、メールの返事が来ないなど、事業者と何らかの理由で連絡が取れない状態。

【参考2】広告や申込み最終確認画面の例

(SNS上の広告)



(動画広告)



この他、検査連動型広告等もみられる
 効能・効果や低価格が強調されている

(販売サイト)

ダイエット サプリメント

あの有名人も愛用★

注文受付終了まであと●●時間▲分■秒

●●コース限定特典
 通常価格 5,000円
初回実質0円
 送料500円のみ

2回目以降も 4,000円
 割引価格!!

今すぐ注文する!

●●月以上の購入と送料は無料です
 ●●回の注文で合計金額は12,000円です

○日間解約保証
 お届けから○日間であれば●●コースの解約ができます!...

何度もスクロールしなければ、全体が表示されない

注文受付終了までのカウントダウン表示がある

低価格の表示が強調されている

「モニター」「お試し」等の表示がみられることもある

注文ボタンをクリック(タップ)すると、注文入力画面へスキップする

契約内容や返品特約等の表示が強調表示から離れた箇所にある場合や小さい表示に比べて字が小さい場合がある

(申込みの最終確認画面)

ご注文内容

●●コース 500円
 数量 1個

お客様情報
 氏名
 住所

注文を確定する

●●コースは4ヶ月以上の購入が条件です
 ...他回の注文で合計金額は12,000円です
 ...送料・送料については.....

初回分の数量、金額のみが表示されている
 (定期購入が条件となっている期間における数量、消費者が支払うことになる総額の表示がない)

契約内容や返品特約の表示が小さい場合やリンク先がないと確認できない場合がある

解約保証の表示が強調されているが、条件など詳細についてはリンク先でないと確認できない

「利用規約に同意する」に最初からチェックがある

注文入力画面

氏名
 住所

利用規約に同意する

確認画面へ

特定商取引法に基づく表記
 返品・解約について
 保証について