

報道発表資料

平成29年11月16日
独立行政法人国民生活センター

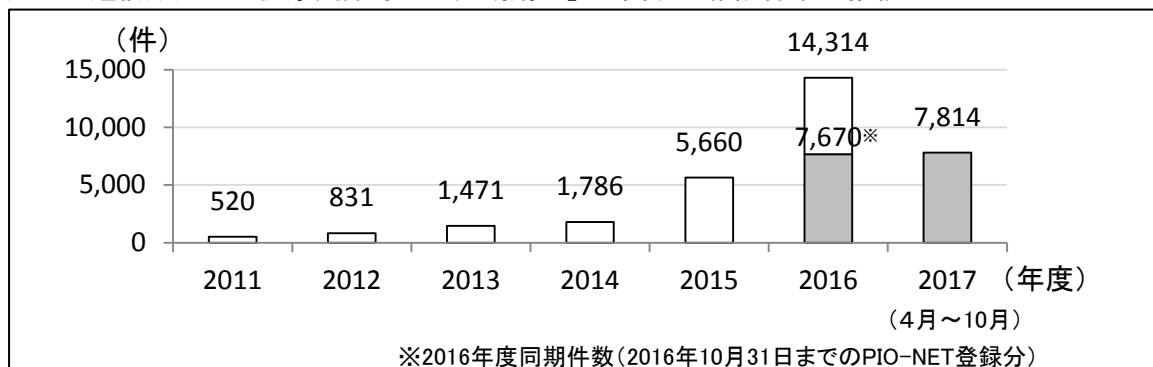
「お試し」のつもりが「定期購入」に！？第2弾
ー健康食品等のネット通販では、契約内容や解約条件をしっかりと確認しましょうー

ホームページ等で「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、数か月間の定期購入が条件となっている健康食品や飲料、化粧品等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。PIO-NET¹に寄せられた 2016 年度の相談は 14,314 件と、2011 年度（520 件）の 27.5 倍にまで増えています。（図 1）

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せず「お試し」「1回だけ」のつもりで注文したケースが多くみられます。定期購入が条件であることを認識して注文した場合でも、商品を使用したところ「身体に合わない」「効果がない」といったケースがみられますが、どちらのケースでも、事業者に解約したいと連絡したが「定期購入が条件なので解約できない」と断られたといった相談のほか、何度連絡をしようとしても事業者の電話が通話中でつながらないという相談も多くなっています。

国民生活センターでは 2016 年 6 月に、定期購入等の契約条件をしっかりと確認してから注文するよう消費者に注意喚起²しましたが、その後もトラブルが多く発生していることから、消費者に再度注意を呼びかけます。また、消費者が「定期購入が条件であること」などを認識しやすい広告表示等を事業者に要望するとともに、事業者の法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等を消費者庁に要望します。

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。本資料は 2011 年 4 月 1 日以降受付、2017 年 10 月 31 日までの PIO-NET 登録分 32,396 件について分析。消費生活センター等からの経由相談は含まれていません。

² 「相談急増！「お試し」のつもりが定期購入に！？ー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ー」（2016 年 6 月 16 日公表）http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20160616_1.html

1. 相談事例

【事例1】「お試し」のつもりで申し込んだが「定期購入が条件」だった

インターネットの広告を見て、600円のダイエット青汁をお試しのつもりで申し込んだ。しばらくして2回目の商品の発送通知メールが届き、4回の定期購入契約であったとはじめて知った。

「お試し分を飲んでも効果がなかったので、2回目以降は解約したい」と事業者申し出たところ、「4回の定期購入である。4回まで購入してほしい」と言われた。広告では定期購入契約だとは分からなかった。2回目以降の商品を受け取らず、代金も支払いたくない。

(2017年5月受付、契約当事者：40歳代・女性・家事従事者・大阪府)

【事例2】「お試し」のつもりで申し込んだが「定期購入が条件」だった（未成年者の事例）

スマートフォンの通販サイトに「男性用化粧品セット500円」との表示があったので、お試しのつもりで注文した。届いた商品に同封されていた払込票で、コンビニで代金を支払った。

後日、また商品が届いたので、驚いてサイトを確認したら「4回の定期コース」と書いてあり、2回目からは代金が8,000円となっていた。注文した時は表示について何も確認していない。高校生であり、2回目以降の代金は高額で払っていけない。

(2017年1月受付、契約当事者：10歳代・男性・学生・東京都)

【事例3】解約を申し出たところ通常価格で購入すれば解約できると言われた

SNSで「筋力を簡単にアップできる」と広告しているサプリメントを見つけた。500円と安かったので購入し、代金はコンビニで支払った。

その後、注文をしていないのに2回目のサプリメントが届いた。事業者を確認すると、4回継続の定期購入コースになっていると言われた。「最初に届いたサプリメントを飲んだら全身に湿疹がでたのでやめたい」と伝えたところ、「1回分の通常価格は8,500円。届いた2回分の通常価格合計額17,000円と既に支払った500円との差額16,500円を追加で支払えば解約に応じる」と提案された。定期購入だと分からなかったのに、支払わなければいけないのだろうか。

(2017年6月受付、契約当事者：40歳代・女性・自営・自由業・山梨県)

【事例4】電話がつながらず解約できない

スマートフォンに出ていた広告のリンク先のホームページから、除毛スプレーを商品到着日を指定して購入した。初回は無料の試用品で、その後3回（1回4,000円）の購入が条件となっていた。試用品を皮膚に塗って使ったが、その度にチクチクとした刺激を感じた。

ホームページを確認すると「解約の申し出は、次回商品到着日の14日～10日前までの5日間のうちに電話ですること」「5回目以降は無料で解約できるが、4回目までに途中で解約すると違約金2,000円がかかる」とのことだった。それでもよいと思い、2回目が届く前に解約しようと電話をかけた。しかし、いつ、何度かけても話中音のあと「折返し電話をする」というテープが流れ、また、いくら待っても電話はなかった。

4回目の商品も届き、次回分は解約しようと電話をかけ続けたが、やはり電話がつながらず、5回目の商品が届いてしまった。6回目は必ず解約したいので、メールで「電話がつながらない」「解約したい」「今後は商品を発送してほしい」と送ったが、事業者からの連絡はない。

(2017年7月受付、契約当事者：30歳代・女性・給与生活者・三重県)

2. 相談事例からみる問題点

(1) 定期購入が条件であることなど契約内容を認識しづらいホームページが多い

事業者はホームページで「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商品が購入できることを強調して表示しています。一方、低価格で購入するためには「4カ月以上の継続が条件」など定期購入が条件であり、消費者が支払う総額が数万円となる契約内容もあります。こうした契約内容については、

- ・強調表示に比べて字が小さい、強調表示の近くに表示されていないなど契約内容が目立たない
- ・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の途中で契約内容の表示がある、ページの最後に契約内容が記載された利用規約等へのリンクがある
- ・強調表示のすぐ下に「今すぐ注文」などのボタンがあり、ボタンをクリック(タップ)すると注文入力画面が表示されるため、契約内容を見落としてしまう

など契約内容を認識しづらいホームページが多くみられます。

また、申込みの最終確認画面では、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となる総額が表示されないホームページも多くみられます。

こうしたことから、定期購入が条件であること、支払うこととなる総額が数万円となることなど契約内容を認識せずに商品を注文している消費者が多くみられます。

(2) 定期購入期間中は解約できないことを認識しづらいホームページが多い

「定期購入とは知らなかった」、商品を使用したところ「身体に合わない(下痢をした、肌があれた等) (図2)」、「効果がない(痩せない、筋肉がつかない等) (図3)」などの理由で消費者が解約・返品しようと連絡しても、事業者から「定期購入期間中は解約できないとホームページに記載している」と断られるケースがほとんどです。こうした解約・返品に関する条件(返品特約³⁾についても、

- ・強調表示に比べて字が小さい、強調表示の近くに表示されていないなど返品特約が目立たない
- ・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の途中で返品特約の表示がある、ページの最後に返品特約が記載された利用規約等へのリンクがある
- ・申込みの最終確認画面に返品特約の表示がない

など返品特約を認識しづらいホームページがみられます。

こうしたことも、定期購入が条件であることを認識せずに消費者が商品を注文している要因と考えられます。

(3) 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

消費者は商品を通常価格より低価格で1回だけのつもりで注文していても、契約内容は定期購入が条件となっているため、総額として数万円を支払うこととなります。(例えば、通常価格5,000円の商品について、計4回の購入が条件、1回目の代金は500円、2~4回目の代金は4,000円

³ 通信販売では、消費者が契約を申込んだり、契約をしたりした場合でも、その契約にかかる商品の引渡しを受けた日から数えて8日間以内であれば、消費者は事業者に対して、契約申込みの撤回や解除ができ、消費者の送料負担で返品ができます。しかし、事業者が広告であらかじめ、この契約申込みの撤回や解除につき、特約を表示していた場合は、特約(返品特約)によります。

となっている場合、消費者が支払うこととなる総額は12,500円。)

また、「発送分の商品の通常価格との差額を支払えば、定期購入期間中でも解約できる」としている事業者もあります。この場合、定期購入期間中でも解約が可能ですが、消費者は低価格だから商品を注文したものの、通常価格で商品を購入することになります。(上記の例では、2回目が配達された時点で解約を申し出た場合、通常価格 5,000 円×2回分ー支払った初回分 500 円＝9,500 円を支払えば、定期購入期間中の解約ができる。)

(4) 事業者と連絡が取れない

消費者が「解約したい」「問い合わせたい」と思い、何度事業者にも電話をかけても、通話中であつながらないという相談が多く寄せられています。電話があつながらないため、消費者がメールやFAXで事業者にも連絡しても「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(図4)。

「次回商品発送日の7日前まで」「毎月20日から25日の間」など解約の申請期間を設けている事業者が多くみられますが、定期購入が条件となっている期間(例えば4カ月)が終了するので解約しようと消費者が電話をしても、事業者につながらない間に申請期間が経過してしまい、新たに商品が届き、その代金を請求されたという事例もみられます。

図2. 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「危害・危険」⁴の件数

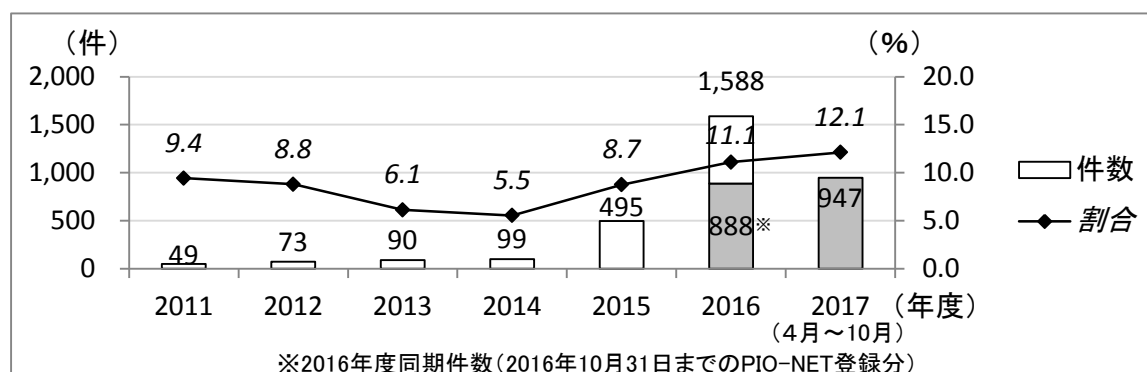
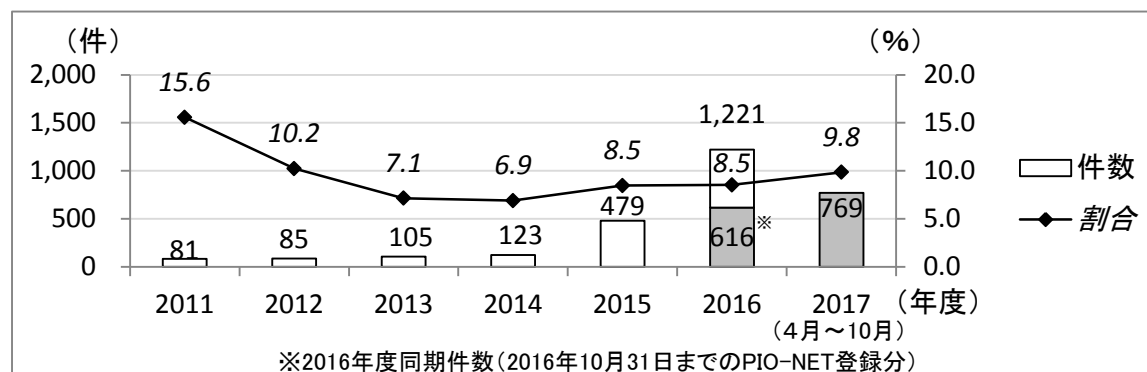


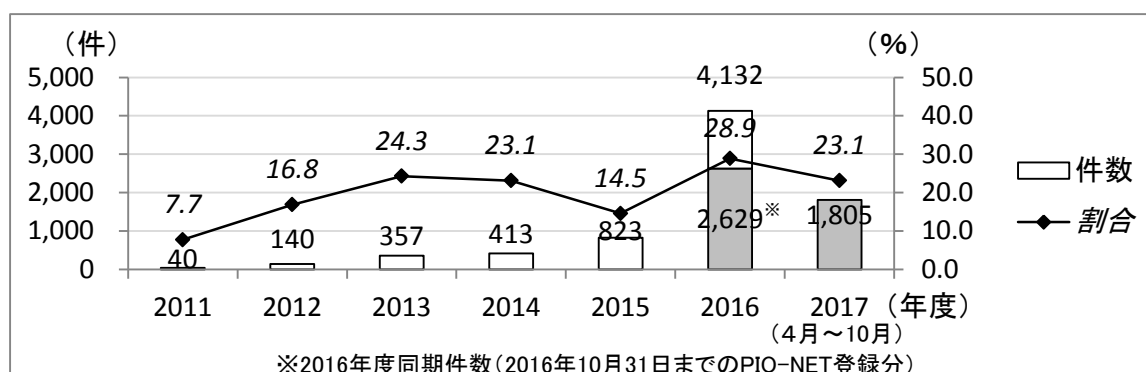
図3. 通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談における「効能・効果」⁵の件数



⁴ 商品等に関連して身体にけが、病気等の疾病(危害)を受けたもの、および、危害を受けたわけではないが、そのおそれがあるもの(危険)。なお、2014年度以前の「危害・危険」には、国民生活センターが受け付けた相談のうち、各地消費生活センター等からの経由相談は含まれていません。2015年度以降は消費生活センター等からの経由相談は含まれていません。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3、図4も同じ)。

⁵ 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。

図4. 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」⁶の件数



3. 特定商取引に関する法律施行規則等の改正

特定商取引に関する法律（特定商取引法）施行規則が改正され、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」が新たに追加されました（改正特定商取引法施行規則第8条第7号。平成29年12月1日より施行）。

また、「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」⁷も改正され、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⁸の全てが表示されていない場合等は、「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ました。（参考3）

4. 消費者へのアドバイス

商品を注文する際には、契約内容や解約条件をしっかりと確認しましょう。

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。

（1）「定期購入が条件となっていないか」など契約内容をしっかりと確認しましょう

1回目（初回）は商品を低価格で購入でき、2回目以降は消費者が希望する場合にのみ継続購入となる契約はこれまでも多くみられますが、一方で、1回目を低価格で購入するためには数カ月間の定期購入が条件となっている契約が増えています。

商品を注文する際には、とくに申込みの最終確認画面で、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はその期間や支払うこととなる総額などの契約内容をしっかりと確認しましょう。また、最終確認画面を印刷したり、スクリーンショットを撮るなどして、契約内容を記録しておきましょう。

⁶ 電話がいつも話し中でつながらない、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。

⁷ 特定商取引法では、「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、行政処分の対象としています。具体的にどのようなケースがこれに該当するかは「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」に定められています。

http://www.caa.go.jp/trade/pdf/trade_index_1_171107_0003.pdf

⁸ 上記ガイドラインでは、「契約期間（商品の引渡しの回数）、消費者が支払うこととなる金額（各回ごとの商品の代金、送料及び支払総額等）及びその他の特別の販売条件がある場合にはその内容」とされています。

(2) 「解約・返品できるかどうか」など解約条件をしっかりと確認しましょう

商品が未使用・未開封の場合や身体に合わない場合などに、解約・返品に応じる事業者もありますが、すべての事業者がこうした対応をしているわけではありません。

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」などに従うことになります（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）。

定期購入とは知らなかった、身体に合わない、期待した効果がないからといって、すぐに解約・返品できるとは限りません。商品を注文する際には、とくに申込みの最終確認画面で、「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。

(3) 事業者連絡をした記録を残しておきましょう

事業者へ電話をしてもつながらず、解約の申請期間を過ぎてしまったというケースもみられます。事業者へ連絡をした証拠として、電話、FAX、メールなどの記録を残しておきましょう。

(4) トラブルになった場合には消費生活センターに相談しましょう

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など、トラブルが生じた場合には、最寄りの消費生活センターに相談しましょう。

※消費者ホットライン：「188（いやや!）」番

お住まいの地域の市区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。

5. 事業者への要望

定期購入契約を締結しようとする場合の広告や申込みの最終確認画面において、「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」の内容等を参考に、定期購入が条件であることや消費者が支払うこととなる総額などの契約内容や解約条件について消費者が認識しやすいよう表示するとともに、消費者からの苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備をするよう、事業者へ要望します。

6. 消費者庁取引対策課への要望

事業者に対し、改正特定商取引法の規定を遵守するよう周知するとともに、特定商取引法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。

7. 情報提供先

消費者庁消費者政策課（法人番号 5000012010024）

消費者庁表示対策課（法人番号 5000012010024）

経済産業省商務情報政策局情報経済課（法人番号 4000012090001）

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) PIO-NET にみる相談の傾向

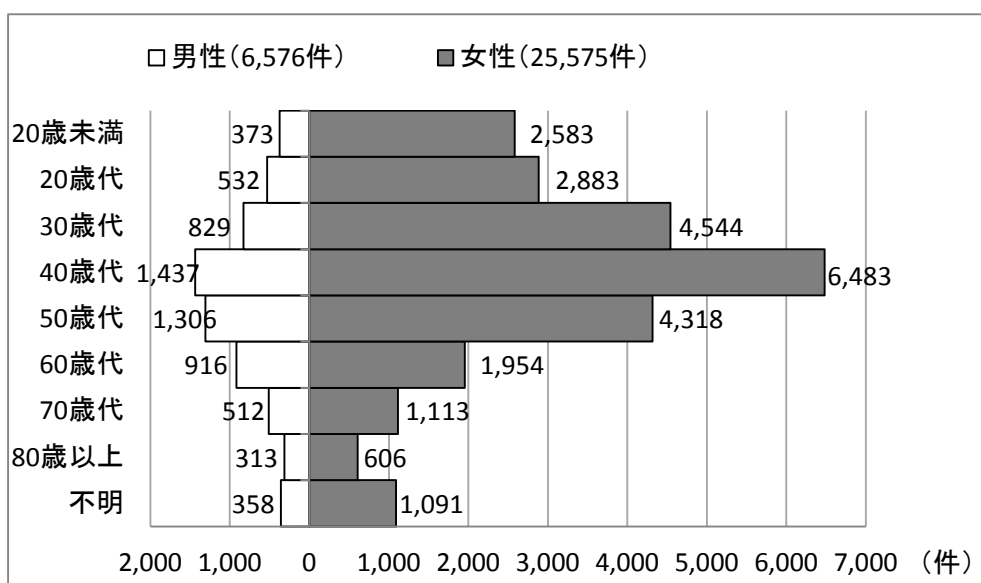
※2011年4月1日以降受付、2017年10月31日までのPIO-NET登録分32,396件について分析

1. 契約当事者の属性

契約当事者の性別をみると、男性が6,576件(20.5%)、女性が25,575件(79.5%)です。男性の割合は2015年度14.5%、2016年度20.4%、2017年度28.4%と増加しています。

契約当事者の年代をみると30歳代～50歳代の相談が多いですが、20歳未満も多くみられます。

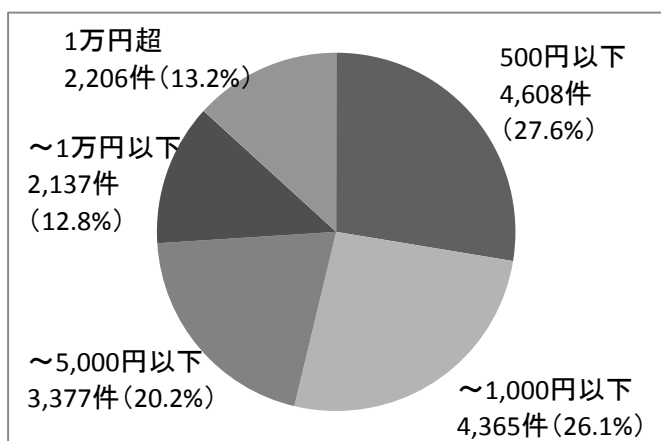
図5. 契約当事者の性別・年代別件数 (n=32,151 ※性別不明等245件を除く)



2. 既支払額

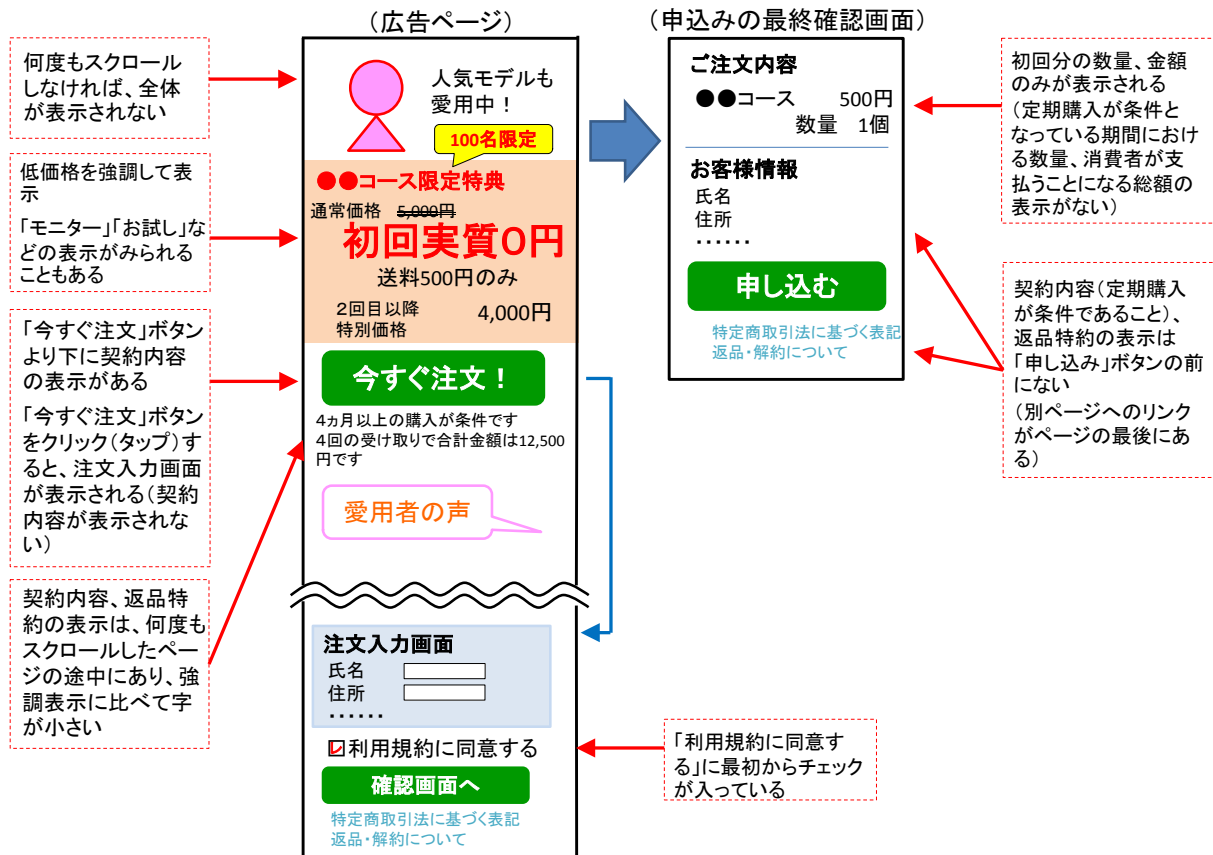
消費者が既に支払った金額(既支払額)をみると、消費者が初回に低価格で商品を購入しているため、500円以下が4,608件(27.6%)、1,000円以下が4,365件(26.1%)と多くみられます。

図6. 既支払額 (n=16,693 ※既支払額が0円(7,022件)及び無回答(8,681件)を除く)



(参考2) 契約内容や返品特約を認識しづらいインターネット上の広告、申込みの最終確認画面の例

図7. 広告ページ、申込みの最終確認画面のイメージ



【表示等の工夫(例)】

事業者のホームページを確認すると、以下のように、定期購入が条件であることなどを消費者に認識させるための工夫をしている事業者もみられます。

- ・契約内容(定期購入が条件であることや消費者が支払うこととなる総額など)や返品特約(「定期購入期間中は解約ができない」など)を、低価格などの強調表示と同程度の大きさで、かつ強調表示の近くに表示している
- ・「今すぐ注文」ボタンをクリック(タップ)すると、注意事項が表示される
- ・「利用規約に同意する」にチェックを入れないと「確認画面へ」ボタンをクリック(タップ)できない
- ・申込みの最終確認画面に、契約内容や返品特約に関する表示があり、かつ「内容を了解しました」にチェックを入れないと「申込み」ボタンをクリック(タップ)できない
- ・事業者につながりやすい(つながりにくい)曜日や時間帯をホームページ上で案内している

(参考3)「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」について

特定商取引法では、

- (1) インターネット通販において、あるボタンをクリックすれば、それが有料の申込みとなることを、消費者が容易に認識できるように表示していないこと
- (2) インターネット通販において、申込みをする際に、消費者が申込み内容を容易に確認し、かつ、訂正できるように措置していないこと

を「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」として禁止し、行政処分の対象としています。具体的にどのようなケースがこれに該当するかは「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」(以下、ガイドライン)に定められています。2017年11月1日にガイドラインが改正され、定期購入契約の場合の留意点が追記されました。

なお、特定商取引法では返品特約についても最終申込み画面での表示を義務付けており、具体的な表示方法については「通信販売における返品特約の表示についてのガイドライン」に定められています。

(1) に該当しないと考えられる画面例 ※画面例はガイドラインより抜粋 (以下、同じ)

- ・申込みの最終確認画面に申込者が締結することとなる定期購入契約の主な内容(契約期間(商品の引渡し回数)、消費者が支払うこととなる金額(各回ごとの商品の代金、送料及び支払総額等)及びその他の特別の販売条件がある場合にはその内容)が全て表示され、その画面上で「この内容で注文する」といったボタンをクリックしてはじめて申込みになる場合(参考:【画面例7】)
- ・「注文内容を確認する」といったボタンをクリックすることにより定期購入契約の主な内容が全て表示され、当該操作を行ってはじめて申込みが可能となっている場合(参考:【画面例8】)

【画面例7】

注文内容確認
注文内容を確認し、注文を確定してください(これが最後の手続きです。)
下記の注文内容が正しいことを確認してください。
[注文を確定する]ボタンをクリックするまで、実際の注文は行われません。

○注文明細

商品名 (定期購入コース)	○○定期購入 (5か月間購入コース)	備考
商品価格	1,000円(税抜)	初回(月)分
	3,000円(税抜)	第2回～第5回分
送料	2,500円(税込)	5か月分
消費税	1,040円	
総額	16,540円(税込)	5か月間購入コース

○お届け先
消費 太郎
〒100-xxxx
東京都千代田区霞が関x-x-x

○発送方法:宅配便

○支払方法
△△カード xxxxx-xxxx
有効期限:06/2020

[TOPに戻る\(注文は確定されません\)](#)

