

令和2年7月12日

消費者及び食品安全担当大臣 衛藤晟一 様  
消費者庁長官 伊藤明子 様  
消費者委員会委員長 山本隆司 様  
独立行政法人国民生活センター理事長 松本恒雄 様  
特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会委員長 河上正二 様

## 定期購入に関する被害防止のための特定商取引法見直しについての意見

公益社団法人

日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（通称 NACS）

消費者提言委員会

〒150-0002

東京都渋谷区渋谷1丁目17番14号 全国婦人会館2階

03-6434-1125（代表）

nacs-teigen@nacs.or.jp

消費者委員会での意見書(以下)に賛同すると共に、  
定期購入契約に関する法制度の見直しと、  
定期購入契約の被害拡大と未然防止・再発防止策の迅速な対応を要望します。

[https://www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2020/324/doc/20200626\\_shiryou2.pdf](https://www.cao.go.jp/consumer/iinkai/2020/324/doc/20200626_shiryou2.pdf)

「お試し価格」「お試し無料」「初回0円」「初回〇〇円」等、通常価格より極端に安い価格を謳い、実際は定期購入契約だったというトラブルの相談が、消費生活センター等に多く寄せられています。

平成29年改正特商法省令改正により、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」に係わるガイドラインにおいて 定期購入契約の最終確認画面に、定期購入契約の全容を表すこと、最終確認画面を確認したあとで、変更・取消ができるボタンや、元のブラウザに戻るボタンを用意する等の措置を講ずる改正が行われました。しかし、新型コロナウイルスの感染により、店舗に行かずに自宅で注文できるインターネット通販（その他の通信販売も含めて）利用が高まる中、未だに定期購入契約のトラブルは依然として減りません。

NACSは、消費者が定期購入のトラブルに遭わないように以下の要望をいたします。

1. 消費者が誤認しやすい「お試し」定期購入契約の表示を改善することを求め、適正な広告表示を示すガイドライン作成を望みます。

・初回分の割引価格と2回目以降の価格を、同じ画面に表示し、活字のポイントも同一にすること。

・定期購入の広告表示で価格・内容をよく確かめずに契約してしまうケースが見られます。

広告表示にストップウォッチで終了まで後〇〇分、限定〇〇人という時間制限や、人数制限を表示しているケースが見られます。

消費者を浅慮に陥らせる事業者の働きかけによる悪質な表示を制限することを求めます。

**2. 解約方法を電話に限定することを禁止し、メール・ファックスなどでも対応できるよう、解約方法の整備を求めます。**

**3. 化粧品やサプリメント等、人によって継続して使用するうちに体質に合わない等の症状が生じる商品の定期購入契約については、規約で中途解約を認めないと定めている場合においても、体質に合わなかったという理由によって以降の契約の解除（中途解約）ができるようにしてください。**

その場合に、医師の診断書を必要とする等の制約を課し解約を困難にするようなことはしてはならないこともルールとして定めていただくことを要望します。

**4. 定期購入被害の未然防止や再発防止には、消費者の啓発が重要です。**

インターネットの広がりと共に定期購入の利用者層は広がっています。定期購入で、ダイエットサプリ、除毛クリーム、美白クリームなど、「お試し」価格の安さと、スマートフォンで簡単に申込できる容易さから、未成年者やその親からの相談も消費生活センターに寄せられています。また、インターネット通販は、高齢者にとっても気軽に買い物ができる利便性があります。定期購入のトラブルは各年齢層に広がっており、そのためにも、未成年者契約や、インターネット通販の契約について、通信販売の広告規制などについての情報を消費者に行き届かせる必要があると考えます。学校教育から市民教育まで幅広く消費者啓発が重要と考えます。

以上