

「通信販売の申込み段階における表示についてのガイドライン(案)について」

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
消費者提言委員会
102-0071
東京都千代田区富士見 2-4-6 宝 5 号館 2 階
電話番号：03-6434-1125
e-mail: nacs-teigen@nacs.or.jp

長引くコロナ禍の中、通信販売による契約の申込は増加傾向と報じられております。

特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号。以下「法」という。）では、通信販売の申込段階において、販売業者又は役務提供者は一定の事項の表示義務を行うことと、消費者を誤認させる表示を禁止しています（法第12条の6）。

この度、貴庁が設けられた本ガイドラインは、申込内容の確認及び申込の意思表示が行われる場面での、消費者が必要な情報が一覧性をもって確認できること、さらに不当な表示が行われないよう規制も期待できるガイドラインと記されております。

この時期に、販売業者又は役務提供事業者が、消費者に誤解を与えないような、明瞭で分かりやすい表示のガイドラインをご提示されたことを評価いたします。

その上で、ご提示のガイドラインにつきまして、以下に意見を述べさせていただきます。

記

I. 法第12条の6（特定申込みを受ける際の表示）の考え方について

2. 法第12条の6第1項（特定申込みを受ける際の表示義務）について

（1）表示媒体に応じた表示方法について

①申込書面（特定申込みに係る書面）における表示

申込書面（申込用はがき、申込用紙）に該当する部分（例えば広告の一部分を切り取って申込書面にする仕様の場合は、その枠内）に表示事項を表示すること。と指示があり、分かりやすいと思います。ただ、危惧する点があります。

【書面例3】（定期購入契約の場合）です。

定期購入契約の解約等についての注意事項が、目立ちにくく、さらに、申込みはがきの下段で、≪でキリトリ線もあります。申込はがきは投函しますが、残りの切り取り紙片は破棄する消費者もいるのでは、と気がかりです。転居や購入品が体質に合わな

いなどで後日、解約通知が必要になる場合も起こり得ます。「契約期間終了まで大切に保管ください」などの注意書きが必要ではないかをご検討を希望します。

さらに、要望として、今回の意見書の趣旨外ですが、ガイドラインに追加事項をお願いします。「解約や返品のご連絡は、以下の電話番号に」と案内されていますが、「解約したいが電話が繋がりにくい」との消費者相談事例も散見しています。解約の書面通知(郵送・ファックス)も認めることもご検討願います。

(2) 表示事項について

最終確認画面の表示事項について、ガイドラインではわかり易く丁寧な説明がなされていると思います。さらなる要望として次の点をご検討願います。

最終確認画面において支払い方法を選択しなくてはならない場合があります。その際、後払いや、リボ払いが強調表示されることがあります。よりお得に購入したいというだけで、後払いやリボ払いのリスクを考えられなくなることが懸念されます。特定の支払方法の強調表示を行う場合はより丁寧な説明が必要だと感じます。

「ガイドラインでは販売業者又は役務提供事業者において、消費者に誤解を与えないような、明瞭かつ分かりやすい表示を行うよう引き続き取り組んでいくことを期待する。」とありますので、是非、最終確認画面は明瞭かつ分かりやすく願います。

② 販売業者が電子計算機の映像面に表示する手続きに従って顧客が行う契約の申込み(インターネット通信販売)における表示

特定商取引法改定により、最終確認画面(特定申込みに関わる書面又は手続きが表示される映像面)に、分量、対価、引き渡し・移転・提供の時期、支払いの時期・方法、申込期間の定め、申し込みを撤回または解除に関する事項を表示することが決められた事を評価します。

【画面3】

「各回に届く分量」・「一回あたりの送料」

申込者にとって定期購入であることが、分かる重要な表示で、最終確認画面では 定期縛りがあれば、全回数を明示すべきだと思います。

「お届け時期」

初回の注文完了から〇日以内に発送し、前回の発送から起算して〇日後に、2回目に商品を発送するというお届け時期は、最終確認画面で、はっきり明示することが重要で、お届け時期が、最終確認画面に明示されることになると、定期購入の内容を把握しやすくなると思われます。

悪質な事業者は、初回を1週間分〇円の安価なお試し商品(少量)を送り、1週間以内に、

2回目の商品を送ることがあります。1回目の商品到着後、次回商品発送の7日前までが解約条件ですと、既に2回目の発送手続きに入り、解約を受けられないケースもあります。このようなケースを踏まえて、お届け時期を明確にすることは重要です。

「解約」

【画面3】の事例の様に、商品到着後、〇日以内であれば返品可能という文言を入れるようにしていただきたい。

解約手続きについて、リンク先に移遷する場合は、リンク先への誘導は、申し込み者の目に止まりやすい様に、移遷する場合の注意書きに、ポイント数（8ポイント以上）文字の色（赤字を指定する）などを決めた方が、分かりやすいと思います。

定期購入の利用者は、幅広い年代に亘っています。スマホ利用が一般的になっており、高齢者に分かりやすい説明が必要と思われる。

【その他の意見】

サプリメントなどの定期購入の中には、注文をチャット bot で行う事業者も増えていきます。対話型式に進んでいきますが、業者からの質問に答えて、先に進んでしまい、消費者は、そのまま注文画面に到達します。本来チャット bot は双方向サービスのはずですが、業者主導の契約締結に成りかねません。

申し込み時の確認画面表示が、消費者の判断を行う決め手となるので、本ガイドラインを広く周知していただきたいと思います。

旅行オンライン契約では、「詳細は、こちらの規約へ」でサイト表示が示されて、次の画面に飛んで行くことも多いです。

ガイドラインでは、触れませんでした。別のウィンドウに規約タブがあったり、別ウィンドウが、小さな窓になっていて、全体規約が見られなかったりすることもあります。

旅行オンライン契約など役務提供契約のガイドラインの検討と申込書面例の提示も必要と考えます。ご検討宜しくお願い致します。

以上。