



2020（令和2）年7月3日

インターネット取引による「お試し」定期購入契約等の被害を防止するため、  
早急な法制度の改正を望みます！

全国消費者行政ウォッチねっと

新型コロナウイルスによる自粛生活等でインターネットでの通信販売の利用が日常化する中、健康食品や飲料、化粧品等の「お試し」定期購入に関する苦情相談が急増しています。「1回目90%OFF」や「初回実質0円(送料のみ)」とのネット広告を見てお試しだけのつもりで商品を購入したら、実際には一定期間以上の購入が条件だった、「2か月目以降電話で解約OK」と表示されていたにもかかわらず、解約しようとするとうつながらない、などの事例が報告されています。このように、「お試し」など通常価格より低価格で購入できることを強調しながら、実は一定期間同一商品を購入することが条件となっているインターネットでの通信販売についての苦情相談に関し、消費者庁や国民生活センターから注意喚起が行われていますが、こうした虚偽・誇大広告や解約拒否などについては、現在の特定商取引法や景品表示法等での規制では十分に被害を防ぎきれていないという問題があります。

私たちは、このようなインターネット取引による「お試し」定期購入契約等について、以下のような対策が必要であると考え、早急な法制度の改正を望みます。

1. 適正な広告画面・申込画面の実現、被害防止のため実効性ある法制度を
  - 定期購入の契約であるにもかかわらず、「お試し」など一回のみの購入だと消費者が誤認するような表示を禁止すること。
  - インターネット広告等で初回分の割引価格を強調した場合、2回目以降の価格も同一画面に同一ポイントで記述させること。割引価格が適用されるために、一定回数の継続要件がある場合も誤認防止の観点から、同様の記述を行うこと。
  - 有利条件の強調表示は「打ち消し表示」と同一画面に同一ポイントで表示させること。
2. 虚偽・誇大広告の責任の所在（行政処分等の対象）について



- 広告主である通信販売業者は、広告代理店やアフィリエイトが表示内容を決めた場合であっても、虚偽・誇大広告の責任を負うことを明確にすること。
  - インターネット広告で広告代理店が虚偽・誇大広告の作成に積極的に関わった場合は、広告主と共に広告代理店の責任を問うものとする。アフィリエイトが、何ら加工することなく虚偽・誇大広告を掲載し、勧誘を行った場合も、広告代理店は責任をまぬかれるものではないことを明示すること。
3. インターネット取引の広告画面・申込画面の保存義務と開示義務について
- 自社サイトやアフィリエイト広告で商品販売を行う事業者には、契約締結当時の広告画面・申込画面の保存義務と、申込者等の求めに応じた開示義務を設けること。
4. インターネット取引での解約申出手続きの適正化について
- 解約返品特約を定める場合、申込手続と同等の解約申出手続の方法を実質的に確保すること。あわせて、解約申出の受付体制を整備する義務を規定すること。
5. 適格消費者団体の通信販売に関する差止請求について
- 差止対象規定として、広告表示義務違反や、意に反する申込の禁止も追加すること。
6. インターネット広告の不当表示による被害の民事的救済について
- ポップアップ広告など、通信販売事業者による積極的な働きかけのある広告で誘引されて契約した消費者に、解約返品権(クーリング・オフ)を強行規定として設けること。
  - 定期購入契約(期限の定めの有無を問わない)の場合、特定継続的役務提供に規定されているような中途解約権を導入すること。

以上