

相談事例(47)

急増しています「お試し」のつもりが「定期購入?!」

—契約内容や解約条件、確かめていますか?—

SNS などのインターネット上の広告を見て、通常より大幅な低価格にひかれて、1 回の「お試し」のつもりでサプリメントなどの健康食品を購入したが、「定期購入」で中途解約ができない、という相談が急増しています。効果があるのか試してから購入したいという、消費者心理につけこんだもので、PIO-NET に寄せられた相談も、2016 年度は 2011 年度の 27.5 倍となっています。

相談事例

【事例 1】 身体に合わなかったお試しの健康食品

事業者のホームページで見つけた健康食品。食べたところ下痢をするのでやめていた。お試し 1 回と思っていたところ、次の商品を送るとのメールが来た。その時点で 6 回定期コースであることがわかった。身体に合わない健康食品なので解約したい。(30 歳代女性)

■処理概要

相談者は、通常単品価格 5,980 円の商品を 680 円のコースで申し込みました。

相談室で申込み画面をよく確認すると、小さな文字で初回分を通常価格の 89%OFF でお届けとあり、初回分を除き 5 回以上の継続が必要とあります。また、申し込みフォームにも必要事項の記載を求められ、小さな文字で継続の条件を確認し、同意してチェックを入れるよう求めています。相談者は気づきませんでした。

体調不良による契約解除については、相談者と事業者のメールのやり取りのなかで、医師の診断書を求めており、診断書・診察料は消費者負担、それができなければ通常どおり 6 回継続になるといいます。

相談室から、身体に合わない場合の解約について表示がわかりにくい場所にあること、相談者は解約を強く求めていることを伝えたと、1 回分を正規料金 5,980 円を支払うことで合意解約多くなりました。

相談事例

【事例 2】 未成年者の契約

スマホのアプリで、良い成分が入っている、やせられるというスムージー、初回お届け 980 円を見つけて申込んだ。なぜか通常価格 9,800 円のところ初回限定モニター価格 100 円(税込み)のモニターのコースも申し込んでいることになっていた。安心の全額保証付、管理栄養士と美容皮膚科医共同監修!となっていた。商品は届いていないので、やめたいと思い表示してある電話番号やメールアドレスに連絡したが全くつながらない。

(未成年=高校生・女性)

■処理概要

事業者のWEBページから、解約と未成年取り消しについて調べました。

返品・返金についての項に、相談者が申込みしたコース980円のコースと、知らないうちに申込みしたという100円モニターコースの説明がありました。いずれのコースも4回の継続が条件となっていますが、支払い総額の記載はありません。

解約については、継続回数4回以内の解約はできない。継続回数未満での解約には、定期便での提供価格と単品価格総額を請求するとあります。5回目以降はいつでも解約可能とあります。

未成年の契約取り消しは別項に、次のような記載がありました。まず、親権者同意がないと契約はできない、とありますが同意の項目が見当たりません。さらに取り消しに当たって、請求実費：送料、購入時手数料、後払いと代引き手数料のいずれかに加えて、意味不明の広告費用(8,000円)を請求されます。電話番号は表示してありますが、全くつながりません。さらに、[未成年による解約申請書]に親権者が記入し、未成年者と親権者に身分証明書のコピーの提出を求めています。

未成年者取り消しの場合、未成年者本人のみの申し出でもよいとされているはずですが。相談者には、ハガキに未成年者である旨と生年月日を記載し、申し込んだ覚えはない契約を含め2件の契約取り消しを申し出るよう助言しました。その後、商品の送付も連絡のメールや書面も来ていないということです。

《問題点》

①定期購入が条件だとはわかりにくい

事業者のサイトでは、格安表示ばかり強調してありますが、実際は「4回以上の定期購入が条件」など、総額が数万円にもなる契約内容となっています。このような条件は、大変小さな文字で離れた場所にある場合が多く、目立ちません。何度もスクロールし、やっとページの最後に利用規約など契約内容を確認するリンクが出てきます。

しかも、いますぐ申し込みを」などの文言が点滅し誘引します。消費者がクリックしてしまうと申し込み画面に移り、契約内容を見逃してしまう仕組みになっています。また、申し込みの最終画面も低額な初回分のみが表示される場合が多く、ここに至っても、契約が「定期購入」であること、「支払いの総額」に気づかないことが見受けられます。

②定期購入中は解約できない

定期購入だと気づかなかった相談者は、2回目の商品の発送メールや配達で初めて自分の契約が1回だけのお試しではなかったことがわかります。

また、定期だと知っても、使用してみたら、「身体に合わず、下痢をした」「効果がない」などの理由で解約したいと連絡しても、「定期購入が条件なので途中解約できない。その旨はサイトに記入している」と断られることがほとんどです。

しかし、前述した「初回無料」などの強調表示の近くには「90日間全額返金保証」など記述が多く見られます。この内容を調べてみるには、サイトを最後までスクロールし、利用規約のリンクに入り、さらに返品・返金など解約に関するリンクに入らなければなりません。そして解約をするためには、

- ・4か月まで製品を使用し、全く効果がない場合のみ
- ・1～4回目までの「納品書」「商品パッケージ(袋)」「初回郵送の使い方ガイド」を全て返

送などの条件があります。

もともと「定期購入」とは知らなかった消費者が多く、初回の納品書などは廃棄している場合がほとんどで、これでは、事業者があえて解約しにくくしているといっても過言ではありません。また、「効果がない」とは本人の申し出だけでよいか、なども規約上明確になっていません。

まして4か月使用後と90日間返金保証では、日程的に整合性がありません。また、使用により体調不良を起こしたことによる解約には、医師の診断書の提出を求めています。しかし、下痢などがその健康食品のみで起こっているのかの判断は非常にむずかしいと思われ、診断書を医師が出すことは現実的ではありません。

③未成年者による解約について。

未成年者の解約についても、規約には「未成年者契約の取消権の行使を妨げるものではありません」と記載はありますが、申込時に、年齢確認画面がなかったり、保護者の同意の確認方法についても「申込があった商品は、すべて保護者の同意があったものとみなす」などの記載があり、問題があります。また、解約時に「広告料」と称する内容不明な金額を請求されるケースもありました。

④業者に連絡がつかない。

購入の申し込みはネット上で完結するのにもかかわらず、解約の申し込みは電話連絡をするよう求めている事業者が多くあります。しかし、ほとんどつながらず、その間に解約申し出期間が過ぎてしまいます。これも解約の妨害の一つではないかと思われるます。

2017年12月1日 改正特定商取引法の施行

2016年に特定商取引法が改正され、2017年12月1日に施行されました。施行日以降に締結された契約には改正法が適用となります。

今回の省令の改正により、「商品の売買契約を2回以上継続して締結する必要があるときは、その旨と金額、契約期間その他の販売条件」が広告表示事項に追加されました（改正省令8条7号）。12月に入り、協会の相談室でも、今まで相談のあったサイトを調べてみましたが、まだまだわかりにくく、消費者保護に対する体制は十分ではありません。

事業者に対しては、今回に省令の改正により、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などの契約内容や解約条件について、認識しやすいように表示するとともに、消費者からの苦情を迅速に処理する体制の整備を要望します。

また、消費者には、インターネットで商品を購入する際は、解約の条件、支払い総額をしっかりと確認するとともに、契約時のデータや記録を残しておくことをお勧めします。