

定期購入に関する被害防止のための特商法の見直しについて意見

2020年7月10日
埼玉県消費者団体連絡会

埼玉県や県内自治体に設置されている消費生活相談窓口、また全国の消費生活センター等に健康食品や飲料、化粧品などの販売サイトやネット広告で、『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が宣伝される中で、定期購入が条件となっていることを知らずに購入してしまい、「複数回の購入が条件と知らなかった」「解約をしようとしても電話がつかない」などの相談が激増しています。

こうした相談を踏まえ、消費者庁や国民生活センターにおいては、消費者に対してトラブルに遭わないために、「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」等の注意喚起が行われていますが、被害は一向に減らず相談件数は年々増加している状況にあります。

消費者が、誤解を与えるような広告や表示に惑わされることがなく、商品を選択し購入できる環境の整備が必要であるとの考えから、以下の意見を申し述べます。

1 特定商取引法の見直しを含めた制度の改善を行うよう求めます

特定商取引法の見直しにおいては、とくに通信販売における表示義務の規定を厳格化していくべきです。現行の特定商取引法における広告記載事項の表示義務(省令8条)では「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金額期間等」となっていますが、どこにどう書くか規定がありません。また、申込確認画面について「意に反する申込をさせようとする行為の止」(省令16条)により誤認を招くような記載方法は禁止されていますが、消費者が認識し易いように示す必要があるとしながらも、初回分と2回目以降を分離して記載することが禁止されていません。

消費者が混乱することなく正しく選択できるよう、定期購入などの商品の契約を2回以上継続して締結する場合には、その旨及び金額、契約期間その他の販売条件を広告画面や申込確認画面に分けて表示せず一体的に記載することや、消費者に誤認されないよう表記することなど、新たな規定を設けることを求めます。

2 政府は、事業者に対し、特定商取引法、景品表示法の規定を遵守するよう周知し、違反行為に対しては、厳正かつ適切な執行を実施してください。

以上