

2021年（令和3年）12月23日

消費者庁 消費者政策課 意見募集担当 御中

（FAX 03-3507-9291）

「通信販売の申し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」

特定非営利活動法人消費者被害防止ネットワーク東海

理事長 杉浦 市郎

事務局長 伊藤 英樹

（連絡先）〒464-0075 名古屋市中千種区内山三丁目 28-2 KS 千種ビル 6階F

TEL：052-734-8107

email:cnet-tokai@cnt.or.jp

意見及びその理由

- 1 通信販売の申し込み段階における確認表示（いわゆる最終確認画面での表示）は、消費者が契約の申込みを行うかどうかの判断をするために極めて重要であり、契約の重要な内容が消費者に明確に理解できるように表示される必要がある。

したがって、確認表示においては、消費者を誘引するための手段である広告表示とは異なり、消費者に有利な条件を強調するような表示（いわゆる「強調表示」）はそもそも認められるべきではなく、むしろ、広告等の表示で用いられた「強調表示」からは一般消費者が通常は予期できない事項であって、一般消費者が商品・サービスを選択するに当たって重要な考慮要素となる事項に関する表示（いわゆる「打消し表示」）の方こそ消費者が見落とすことのないよう強調して表示されなければならないはずである。消費者庁が行った打消し表示に関する実態調査の結果を踏まえ、少なくとも、「打消し表示」にかかる事項は、「強調表示」により消費者に訴求した契約内容と一体かつ同等に表示される必要があり、これを分離して表示することは法12条の6第2項第2号に該当することをガイドラインにおいて明確に示すべきである。

「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律案」を審議した参議院地方創生及び消費者問題に関する特別委員会でも、同法案を可決するにあたり、「六 詐欺的定期購入トラブルの防止・救済に向けて導入された、特定申込みに係る申込画面の表示事項の義務付け及び誇大広告の禁止について、定期購入契約のうち初回分の価格・数量等と二回目以降の価格・数量等をことさら分離して表示する手口など、不適正な表示方法の具体例と判断の目安を通達等に具体的に明示すること」とする附帯決議を採択しているのは、まさに詐欺的な定期購入商法において、最終確認画面において、初回分と二回目以降の価格・数量等をわざわざ分離して表示する手口が横行しており、分離して表示することによって一般消費者が誤認するからで

ある。ガイドラインはこの附帯決議の趣旨に沿う内容としなければならない。

しかしながら、以下に述べるとおり、本ガイドライン（案）の画面例とその説明は、最終確認画面の重要性を看過し、附帯決議の趣旨にも反するものとなっているものといわざるをえない。

2 画面例7、8について

画面例7では、「一部の表示事項を離れた箇所（申込みを確定させるボタンの更に下の箇所）に表示しているもの」の例を表示している。

また、画面例8では、『お試し価格』及び初回引渡商品の代金等の表示と離れた箇所に（解約ができないこと等の打消し表示を）表示させているもの、「申込みを確定させるボタンの更に下の箇所に表示しているもの」の例を表示している。

しかし、これらの「下の箇所に表示」において、画面を波線で区切っている点が不適切である。波線がない状態、すなわち、注文確定のボタンのすぐ下に上記の打消し表示が表示されていたとしても、強調表示で訴求した契約内容と分離して表示している以上、一般消費者を誤認させる不当表示といわなければならない。ガイドラインにおいて、画面例7及び8のような例を挙げると、波線の表示意味を逆手に取り、注文確定ボタンのすぐ下に打消し表示を表示させていれば、第12条の6第2項2号違反に該当しないなどという解釈をされるおそれが高く、画面例7及び8を根拠に悪質事業者に「正当な表示をしている」と主張されかねない。

よって、画面例7及び8の波線は削除するとともに、分離して表示することそれ自体が第12条の6第2項2号違反に該当するとの説明を加えるべきである。

3 画面例8及び9について

画面例8及び9においては、申し込みの最終確認画面にもかかわらず、初回の支払代金が通常価格より減額されていることが表示されている（「67%OFF」との表示）。しかし、画面例8及び9において、第12条の6第2項2号に範囲に該当するおそれのある表示としては、「初回の支払代金が通常価格より減額されていること」を強調している点について何ら触れられていない。

定期購入商法における最終確認画面において、「初回の支払代金が通常価格より減額されていること」を強調して表示すること自体が、そもそも一般消費者の誤認を生じさせる恐れのある不当表示であるというべきである（前記1のとおり）。すなわち、最終確認画面は申込みの誘引画面ではなく、契約内容の確認の画面であるから、「初回の支払代金が通常価格より減額されていること」の表示は有害表示であって、当該表示を最終確認画面に表示させるべきではない。

したがって、画面例8及び9を不当表示の例で出しておきながら、「初回の支払代金が通常価格より減額されていること」を強調することの不当性について言及しない画面例8及

び9の表示は、悪質事業者に、最終確認画面で「初回の支払代金が通常価格より減額されていること」を強調して表示しても許されると誤導するものである。

4 画面例9について

画面例9では、定期購入契約の打消し表示を「小さな文字でしか表示していない」として、不当表示の例として挙げている。

しかしながら、そもそも打消し表示を強調表示と分離して表示すること自体が不当であることの指摘がない点が問題であり、また、画面例9の指摘する「小さな文字」のフォントの大きさは、その他のフォントの大きさに比して小さすぎる。定期購入商法においては、打消し表示たる契約内容こそが真の契約内容であるから、少なくとも、打消し表示は申込みの誘引の表示よりも大きいフォントで表示させなければならない。すなわち、打消し表示のフォントのポイントがその他のフォントよりも少しでも小さければ、それだけで一般消費者を誤認させる不当表示とすべきである。

画面例9の表示を不当表示の例として挙げることで、悪質事業者は、画面例9を逆手に取り、打消し表示にかかる契約内容を分離して表示することはガイドラインで禁止されておらず、打消し表示のフォントの大きさを他のフォントよりも僅かに小さく表示させた上で、フォントの大きさも強調表示にかかる契約内容の表示のフォントとほとんど変わらない、などという主張を許しかねない。

よって、画面例9のフォントの大きさは、他のフォントの大きさ（「商品価格 1100 円」などの表示）と比べて、少しでも小さいフォントでも許されないとすべきである。

以 上