

インターネット消費者取引連絡会（第35回）議事要旨

1. 日時：令和元年12月9日（月） 14時～16時
2. 場所：中央合同庁舎4号館共用第3特別会議室
3. 出席者：別紙参照
4. 議題：サブスクリプション
 - (1) 発表
 - (2) 意見交換
 - (3) その他
5. 議事概要：
 - (1) について
 - ・ 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 五味様から「サブスクリプションサービス」（資料1）について説明。
 - ・ 独立行政法人国民生活センター 玉木様から「国民生活センター 報告資料」（資料2）について説明。
 - ・ 株式会社トラーナ 志田様から「玩具サブスクリプション・レンタルサービス トイサブ!の紹介と安心・安全への取り組み」（資料3）について説明。
 - ・ 株式会社RYM&CO. 谷合様から「POTLUCKの取り組みについて」（資料4）について説明。
 - ・ ラクサス・テクノロジーズ株式会社 児玉様から「ラクサスの取り組みについて」（資料5）について説明。
 - ・ HJ ホールディングス株式会社 於保様から「オンライン動画配信サービス「Hulu（フーラー）」について」（資料6）について説明。

(2) について

(1) の発表を踏まえ、意見交換。主な発言は以下のとおり。

- ・ 純然たるプラットフォームサービスだと思うが、ユーザーと加盟店の間にトラブルが発生しないような取り組みを資料で記載してもらっているが、ユーザーがチケットを購入した際にチケットを使わずに期間が過ぎてしまった場合、返金はされないと思うが、その部分は売り上げになるのか。
- ・ 例えば食中毒とかが発生した場合にユーザー、飲食店、プラットフォーム事業者の責任分担はどのようになっているのか。
- ・ 基本的には、事業者の収益になる。ただ、チケットではないプランだとチケットではないので残るということはないと思う。チケットに関しては、メインのプランだと繰り越しの機能で1ヶ月プラスして繰り越せる。あと、一時停止のボタンのような形で、有効期限期間をチケットが使用できない代わりに延ばすというように、なるべくお客様に消化していただくような形の対応を取っている。
- ・ 責任の役割分担については、飲食物における食品衛生や管理について、あくまで飲食店で責任を負ってもらう形。飲食店での対応の上で、例えば料理を提供できなかったとなれば、事業者

の対応として、お店を含めて事業者が返金をするという対応もあり得るが、基本的には、飲食物に関わるトラブルであれば、お客様と飲食店とでやり取りをしてもらうという形で、事業者として仲介はするが、何かの責任が生じるということは今のところはない。

- ・ サービスにおける責任については事業者の責任となるので、事業者とユーザー、飲食店間で行う形になっている。
- ・ 解約にはログインが必要なのか。デジタル系サービスの定額制について解約のトラブルが多いが、それに伴うようにして例えば、契約してしまったが、使用しないでそのまま置いて、3年ぐらい経過して解約しようとなった時にログインが出来ない、メールアドレスも契約時から変わっていて使えないという人もいると思うが、ログイン以外での解約についての代替手段も用意しているものなのか。
- ・ 解約時にログインは必要だが、電話でも解約可能。名前、生年月日、決済方法はなにか、クレジットカードの下二桁等のいくつかのキーとなる情報でカスタマーセンターにて電話対応して解約可能。ログインが出来れば資料のような解約が可能。
- ・ 何年も使ってなく忘れていたから返金してほしいというものはあまりなく、二重に登録をしてしまったとかの相談はある。過去に登録していたアドレスで登録しようとするとう登録できず、別のアドレスで登録して、翌月二つ請求が来たとかのケースはある。こういった相談はデータが分かるので、明らかに二重登録であれば返金している。こういったことは、カスタマーセンターで電話やメールで対応している。
- ・ 企業によってはオンラインのみの対応で、電話で対応してもらえないサブスクリプションサービスもあるので、電話対応や色々な代替手段も用意してもらっており安心した。
- ・ 非デジタル系のモノに関するサブスクリプションサービスが増えていると思うが、最近寄せられる相談では、納期が明らかに遅れていたり、倉庫作業で遅れているとか言われて、借り放題と言われていても届かないので、結局1回しか借りられなかったとか。モノを扱うサービスについては、ユーザーが急増してしまうとサービスの質が保てないというケースもでてくると思う。例えば、洋服を借りるケースだと、借りた洋服を一度返し、返されたことが確認されてから、また注文して届き、使用してまた返してというやり取りが必要であり、一か月で借りられる量が物理的に決まると思うが、バックレンタルサービスについては、どのように借り放題なのか。
- ・ 計算して対応できる入会数を考えてやっている。5年間365日発送しているが、ユーザーから戻ってきて、その翌日には配送しているので、遅延に関して自社は該当しないかと思う。
- ・ 遅延に関しては、サービス事業者ではケアできない、配送業者が来てくれないなどの状況がある。そういった際に無理にでも持ってきて欲しいと言われても対応できないので、サービス事業者には非はないと説明するしかないし決まった金額以上のサービスはできないと言うしかない、社員を守る意味でも大切。
- ・ そういったケースではなく、事業者自身が倉庫作業等で遅れていることを理解していて、その場合は1か月に1回しか借りられず、差額を返してくれたという事業者のケースがあった。
- ・ 同じ質を保つのは大変であると思う。サブスクリプションサービス事業者がここ2、3年で一気に増えてきており、会員の増加に伴い、サービスの質が保てないという事業者も出てきてしまう。そうすると業界全体として、消費者の見方が変わってしまうと、もったいないのではな

いかと思う。

- ・ 業界としては、サブスクリプションという中で、一度契約すると20ヶ月解約できないとか分割払いなどで運営している事業者もいるが、そういう事業者と同じサブスクリプション業者として一括りに同じ印象を持たれるのは、質の違う問題点なのかと思う。
- ・ 偽物対策について、すり替わるという説明があったが、一般的なやりとりの中でこういった事例があるので注意したほうが良いという理解で良いか。
- ・ その通りで、事業者としてAACD（日本流通自主管理協会）に加盟しているが、AACDに加盟できていないスタートアップ事業者、一部上場企業でも加盟できない事業者もいる。ただ、偽物が送られてくることがあり、その経路を辿るとそういった事業者が買っているところが多いというのを突き止めた。
- ・ ある程度、悪質なルートが見えているのか。
- ・ サイト自身に問題があるものや、信頼ある会社が売っていても、ロジスティックセンターを使うことで、誰も意図・知らないうちに偽物が回っていることもある。返品ポリシーの厳しいオンラインストア事業者のサービスで、在庫管理・発送を代行業者で行っていたりすると、そこですり替わると、その商品の業者ではないので、本物かどうか担保できない。
- ・ 解約についてWebの問合せフォームからになっている事業者もあるが、会員の条件や状態が違うので、まだシステム上でそこまでできる状態になっていないので、ある程度人力でやっているのではないかと思うが、システム的な問題と考えて良いか。
- ・ 玩具を提供し、市場で購入するよりも安価に使用してもらえという状況にしており、顧客によって発送のスケジュール、モノのステータスとかも違うという状況である。徹底的にシステム化すると自動化できる可能性はあるが、お客様が最後にパーツを忘れて返してくるとかも多く、システムで解約を可能にすると損失が大きくなることが想定される。お客様から徹底的に全てのパーツを返してもらえるようになるとシステム化も問題なくできると思うが、お客様に対して徹底的にパーツを忘れないように周知徹底が出来てない状況なので、まだシステムによる解約はできない状況。
- ・ 自動更新の休会やキャンセルは、Webやアプリでも可能。アカウント自体の削除や退会とかは、誤ってお客様自身が行ってしまうと購入したチケットや有効期限が残ったサービスについて、削除してしまうと事業者もアカウントを調べることが出来ずに状況が分からなくなる可能性があるので、その部分だけを問い合わせ頂いて対応するという形にしている。自動更新についてはお客様自身で停止してもらうことは可能。
- ・ Webも電話もどちらでも可能。電話で受けてもシステムでも可能なようにするとか、上場準備とか本質的なサービスと異なる部分でやらないといけなくなったりする。
- ・ GPS情報を、アプリで同意を得た方から得ているとのこと。商品が手元に届いてから、どのように使われているかという情報として取得していると理解した。例えばおもちゃ等であれば、商品開発に生かせるということもあるかもしれないが、ブランドバックの場合、ブランド自身の判断で開発しており、そこまでフィードバックが届くことは考えにくい。サブスクリプションサービス事業者として、品揃えやリコメンデーションに活用しているということか。
- ・ ユーザーに便益を与えるために使用している。どのように使われたかという情報は売り切りビジネスでは分からないので企業にとっても魅力があるのかと思う。

- ・ いわゆるモンスター消費者の意見をすべて聞くと善良な一般消費者のリスクであったり、事業者の公平な競争を阻害するのではないかと過去連絡会等で述べており、今回の発表者と共感する部分もあった。その上で、ネット広告について一点お願いがある。モンスター消費者だけでなく、広告に携わる個人・法人にもモンスターと呼ばれるような存在が昨今問題になっている。例えばネット広告上でネガティブな訴求をする。広告予算を貰っている事業者を持ちあげて、広告を出していない事業者を誹謗中傷する。メディアやブログや SNS やインフルエンサーが広告費用を出している事業者は素晴らしいサービスで、出していない事業者を悪く言う。そういうことを広告料欲しさにやってしまったりしている。また、逆に広告を出している事業者の悪評を広めようとするケースもある。例えば、悪評や詐欺とか検索されるように仕向けて、ネガティブな情報を消して欲しければもっと広告費を出してくれというような広告事業者も散見される。伸びているサブスクリプションサービス業界は競争も激しく、広告をしてくれるので、その広告予算が適切に使われるように特にネガティブなネット広告訴求にはお金を払わない、代理店や広告事業者に運用を任せる際には、他事業者を誹謗中傷したり、自社のサービスを不当に陥れるようなネット広告を出さないように契約であったり、ガイドラインを作っただけのように広告主にもそういった意識を持って取り組んでいただけるとありがたいと思う。
- ・ ユーザーデータについて、金融機関とかレストランとかにもデータ提供を予定しているのか。
- ・ 内部的に自社サービスの広告にも使えると思うが、それだけでなく他サービスの広告にも使えると思うがどのように考えているか。
- ・ データについては、活用にまでは至ってなく。その整備を弁護士の方とも一緒に慎重にやっている。
- ・ データ取得の許可の取り方について、どのように行っているのか。利用規約であらかじめチェックボックスにチェックが入っているとかで許可を取っているのか。許可する人の割合はどうか。
- ・ 60%が ON にしている。現在、数週間に 1 回は ON になっているが良いかと問うようになっている。消し忘れがないように定期的に聞いているので、OFF にし忘れという状況はない。
- ・ 解約について相談が来た場合にどのように交渉しているのか。事業者と交渉しているのか、規約やルールで決まっているという形なのか
- ・ 消費生活センターでは、サブスクリプションサービスについて消費者の理解が不足している場合には、システムや課金方法について説明することがある。無料トライアル、無料期間内に解約したつもりなのに実際には解約になっていなかったという場合には、事実確認等を行った上で、消費生活センターが斡旋するということもあると思う。
- ・ 今後伸びるビジネスかと思うので、サブスクリプションビジネス全体が悪いかのような報道であったり、動きが所々で見受けられるので、そこは危惧している。サブスクリプションの定期購入で本当に悪質な事業者が消費者を騙してやろうというような、例えば健康食品会社があえて解約をしにくくさせたり、分かりにくい方法で広告を出すのと、本当にしっかりと解約をしやすいように設けているが、消費者が誤認もしくは勘違いをして解約できていなかったというケースは切り分けて問題を考えないといけないのではないか。

以上

第 35 回インターネット消費者取引連絡会出席者一覧 (敬称略)

○消費者庁

ないとう	しげお	消費者政策課	課長
内藤	茂雄		
てらうち	あやこ	消費者政策課	国際室 室長
寺内	彩子		
いわい	やすこ	消費者政策課	国際室 政策企画専門官
岩井	康子		
はらだ	ゆうき	消費者政策課	政策企画専門官
原田	祐樹		
うえだ	しゅんじ	消費者政策課	主査
上田	駿吏		
ただ	かずき	消費者政策課	
多田	一輝		
ふくむら	だいじ	消費者政策課	政策調査員
福村	大治		

○関係行政機関 (国・地方)

まつい	ゆうこ	東京都	生活文化局	消費生活部	取引指導課	課長代理 (表示指導担当)
松井	佑子					
まつだ	けいすけ	経済産業省	商務・サービスグループ	消費経済企画室	室長補佐	
松田	圭介					
かつはた	ごう	総務省	消費者行政第 1 課	企画係長		
勝畑	豪					

○事業者団体

いしかわ	やすひろ	公益社団法人	日本通信販売協会	消費者相談室	室長
石川	康博				
きはら	たかまさ	一般社団法人	モバイル・コンテンツ・フォーラム	専務理事	
岸原	孝昌				
てらだ	しんじ	一般社団法人	モバイル・コンテンツ・フォーラム	常務理事	CP 委員会 消費者担当
寺田	眞治				
かさい	ほくと	日本アフィリエイト協議会	代表理事		
笠井	北斗				
すずき	たまよ	日本アフィリエイト協議会	理事		
鈴木	珠世				

○消費者相談関係団体等

さわだ	としこ	一般社団法人	EC ネットワーク	理事
沢田	登志子			
はらだ	ゆり	一般社団法人	EC ネットワーク	理事
原田	由里			

○オブザーバー

もり	りょうじ	弁護士法人	英知法律事務所	弁護士
森	亮二			
ごみ	たかし	三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社	政策研究事業本部	主任研究員
五味	崇			
しらふじ	かおる	三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社	政策研究事業本部	主任研究員
白藤	薫			
まるやま	ともみ	三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社	政策研究事業本部	研究員
丸山	知美			
たまき	ゆうすけ	独立行政法人	国民生活センター	相談情報部 相談第 2 課
玉木	祐介			
いのうえ	りゅういち	独立行政法人	国民生活センター	相談情報部 相談第 2 課
井上	竜一			
しだ	のりみち	株式会社トラーナ	代表取締役	
志田	典道			
たにあい	りょうま	株式会社 RYM&CO.	代表取締役	
谷合	竜馬			
こだま	しょうじ	ラクサス・テクノロジーズ株式会社	代表取締役社長	
児玉	昇司			
おほ	ひろゆき	HJ ホールディングス株式会社	代表取締役社長	
於保	浩之			
ごとう	なおこ	HJ ホールディングス株式会社	マーケティング部	広報宣伝 PR マネージャー
後藤	直子			