

解約料の実態に関する研究会

第6回 議事概要

消費者庁消費者制度課

第6回 「解約料の実態に関する研究会」

1. 日 時：令和6年5月29日（水）12:00～13:49

2. 場 所：ウェブ会議を利用したオンライン開催

3. 議 題

- ・ 公益社団法人日本通信販売協会及び一般社団法人日本フィットネス産業協会からのヒアリング
- ・ 意見交換

4. 出席者

（委員）

丸山絵美子座長、新井泰弘委員、有賀敦紀委員、
兼子良久委員、西内康人委員

（ヒアリング対象）

公益社団法人日本通信販売協会
一般社団法人日本フィットネス産業協会

（事務局）

黒木消費者法制総括官、古川消費者制度課長、ほか

5. 議事概要

(1) 開会

(2) 議事の公開・非公開について

- 第3回の当研究会における決定に基づき、今回の当研究会においても同様に、議事は非公開で実施し、研究会終了後、ヒアリングを行った事業者団体等と調整の上、公表可能な資料および議事概要を公表する。

(3) 事業者団体等からのヒアリング

事業者団体等からの主な発言内容はそれぞれ次のとおり。

① 公益社団法人日本通信販売協会からのヒアリング

- ・ 公益社団法人日本通信販売協会提出資料に基づき説明（内容は資料参照）。
- ・ 通販業界において、明治時代中期に郵便制度が整って通販が始まった頃から、届いた商品が気に入らなければいつでも返品・交換オーケーです、という考えに基づいて事業が行われており、現在においても、通販は実物を見て購入いただくわけではないので、同様の考え方に基づいている。そのため、解約料という考え方は、一般の通販ではあまり考えられないやり方である。
- ・ 定期購入についても、通常的通販会社であれば、返品解約や中途解約や、1か月・2か月の休止等のお客様の都合にあわせていろいろな条件変更を受けることを検討するのが通常の対応である。
- ・ 公益社団法人日本通信販売協会（JADMA）で定めている通信販売倫理綱領実施基準においては、返品条件について、会員は原則として返品を受けることとしており、返品を受ける期間や返品に要する費用の条件、その他条件がある場合は、それらについて明記することとなっている。また、特注品や食品等の商品の特性により返品を受けつけないこととする場合はその旨はしっかりと表示することとしている。交換条件や頒布会等の商品を継続して送付する場合の中途解約条件についても、同様に、取引条件を明記することとしている。
- ・ 会員社のうち、化粧品あるいは健康食品を中心とした商品の定期購入を取り扱っている20社のショッピングサイトを確認したところ、いつでも解約可能、あるいは約束した期間・規定回数以降であれば解約可能という表示をしている。また、全体の85%が次回の商品のお届け前の10日前までに連絡をすることで解約可能としている。解約に際して解約料の仕組みを取り入れている会社は、確認をした20社の中では1社であった。

- ・ 会員企業において、解約料を設定する企業はほとんどないが、定期購入について解約料を設定する場合は、例えば定期購入した価格と通常価格の差額が、解約料相当額になるかと思われる。
- ・ 物販の通販に関連する課題として、定期購入の解約や中断・停止の手続きにおいて消費者が解約や中断・停止を希望した際に事業者と様々な手段でスムーズに連絡を取ることができることが重要である。
- ・ 当協会の消費者相談室への「手数料」（「解約料」、「キャンセル料」での表記が少ないため、「手数料」のキーワードで検索）に関する2023年度の相談は前年比28%減と大きく減少している。非会員企業が解約時に法外な手数料を請求するというケースでの相談が多く見られたが、特定商取引法の改正等もあって減少したものと見られる。
- ・ 通販に関する解約料の相談事例として、以下のような事例があった。

定期初回で解約	・ 初回料金 3,650 円（通常 9,656 円） ・ いつでも休止・再開・解約可能 ・ 2 回目受取前に解約した場合は、不正転売防止のため解約手数料 6,000 円請求する ・ 次回発送予定日の 10 日前までに電話連絡
縛りあり定期解約	・ 初回料金 500 円の歯磨きを購入 ・ 定期購入であったが効果がないため解約申し出 ・ 3 回は購入が必要と言われる ・ 2 回目、3 回目は 3 本ずつ届き料金は 12,000 円 ・ 解約する場合の違約金は 19,000 円 ・ 回数縛り、違約金の表記あり
縛りあり定期解約	・ 初回商品価格 5,980 円（税込） ・ 2 回目～4 回目 各 10,960 円（税込） ・ 約束した継続回数内の解約は原則不可 ・ 特別な理由がある場合、違約金として解約事務手数料 11,000 円（税込）
縛りあり定期解約	・ お試し初回料金 500 円で調味料を購入 ・ 2 回目の商品が届き、4 袋入りで料金 13,997 円 ・ 4 回の購入が必要な定期購入商品であり、返品は不可であり、残り 2 回の購入が必要と言われる ・ 残り 2 回の購入をせずに解約する場合は、解約料 13,976 円

大型家具返品	・ネット通販で大型家具を注文したが、玄関から搬入することができなかった ・返品することとし、そのまま持ち帰ってもらった ・後日、往復送料と違約金（商品代金の 10%）の合計 4 万円が請求された
サブスクリプション解約	・トレーニングジムの会員種別は 3 つ ①料金 2,980 円／月 12 か月の継続条件あり ②料金 3,980 円／月 6 か月の継続条件あり ③料金 4,980 円／月 継続条件なし ・「2 か月無料」のネット広告を見てトレーニングジムの契約 ・2 か月で解約すると申し出をすると、利用規約にあるとおり違約金 13,200 円を請求すると主張される

- ・ 解約妨害の具体的なケースについて、例えば、商品の注文はネットでの受け付けられているにもかかわらず、解約手続きは電話等の別の手段を指示され、電話をかけても繋がらず解約できないといった相談を受けることがある。また、注文はメールで受け付けているが、解約手続きは SNS に誘導されてしまい、高齢な方々が対応に苦慮するなど、結果として消費者が泣き寝入りするしかないような事例が発生している。あえて事業者が手続きを複雑化して、解約や返品をできないようにしていると考えられるような場合がある。
- ・ 法規制が増えてきていることに伴い、表示事項が増加・複雑化しており、肝心の取引条件が表示上埋没してしまうという可能性はある。消費者自身注文時は、解約等の情報についてあまり注目せず、トラブルにあってはじめて返品条件等を確認していくことがほとんどかと思われる。事業者としても、表示事項をどこにどのように記載すべきであるのかは悩ましい。
- ・ （1 回限りの購入に関する解約料を定める場合があるか、あるとすればどのような商品について定めているのか、その解約料の金額設定の考え方等に関する調査の有無についての質問に対して、）当協会として調査をしたことはない。1 回限りの購入に関して解約料が問題になる事例はまれであるため、当協会として調査をするに至っていない。
- ・ （解約料を設定する上で、消費者側に注意を促すという機能のある程度持たせていることはあるかという質問に対して、）消費者のニーズにあった商品を購入してもらうための注意喚起としては、例えば、商品の重さやサイズに関する表示を詳細に記載するなど、業界としてわかりやすい商品説明等によって注意を促すことはあるが、解約料に注意を促す機能を持たせることまでは考えていない。

- ・（情報が一方的な伝達にならないように、記載する情報についてだけでなく、情報伝達の方法についても検討すべきと思われるところ、消費者が初心者なのかそうではないのかによって提示する情報を変更することが可能なのであれば、ある程度伝達する情報を絞って伝えることができるのではないかという発言について、）初めての方向けのページを用意し、買い物の流れを初見の方でも把握できるようにしている会社も多い。
- ・ 消費者トラブル防止の観点から、消費者がいつでも遠慮なく連絡できるような窓口がきちんとあることが重要である。当協会が定める通信販売倫理綱領においても、会員企業は苦情処理体制を整備し、的確かつ迅速な処理を行うことに関する定めが入っている。
- ・ 当協会の会員企業が使用できる J A D M A マークというものがあり、消費者が安心して通販を利用できるように、安心・信頼の目安として、会員企業は通販広告であれば J A D M A マークをつけていただいている。J A D M A マークの紹介を全国の中学生向けの教科書でも行っている。
- ・（通信販売事業を行う企業のうち、公益社団法人日本通信販売協会の会員である企業の割合についての質問に対して、）数値では把握していないが、加盟企業はごく少数と思われる。売上規模で言えば、経済産業省の発表において、E C 通販、ダウンロードコンテンツ、デジタルコンテンツ、旅行なども含めた通販の売上規模が約18兆円のうち、3～4兆円くらいの規模である。
- ・ 定期購入の場合での解約料の考え方について、3 か月は最低使ってください、解約時の事務手数料は500円という商品で、1 か月でやめるといった場合でも残り2 か月分は商品が届けられるケースでは、2 か月分はあくまで商品の料金であり、解約料は500円と考えている。
- ・ 海外事業者とのトラブルでは、まともな商品が届かない、連絡がつかないという相談が一定数は発生しているが、近年相談件数は減少している。ただし、相談件数減少に繋がっている明確な要因は不明である。

② 一般社団法人日本フィットネス産業協会からのヒアリング

- ・ 一般社団法人日本フィットネス産業協会（F I A）加盟クラブに関しては、規約・会則や安心安全の運動の場所を提供することについて、ステークホルダーと情報共有を図り、足並みを揃えて対応している。

解約やお金のトラブルを防止することについては、加盟クラブに指針を示し、準拠するように協力を仰いで会員規約・会則の適正化を図っており、必要に応じて指針の改定も行っている。また、経済産業省がまとめた「ヘルスケアサービスガイドライン等のあり方」の指針と連動させて、2020年から開始された「F I A加盟企業

施設認証制度」では、例えば、入会、退会、休会等に関する規約を明確に提示して説明と手続きを実施していることや、月会費、都度利用料、新利用など、かかる費用の全てを誰が見てもわかりやすいように明確に提示していることなどを施設認証の基準としている。

- ・ F I A加盟クラブにおいては、お客様と解約に関してトラブルになるということは、ゼロではないがごく少数である。
- ・ 月会費の支払はクレジットカード決済か銀行口座振替での支払が基本となっている。今はほとんどないが、以前は入会いただくためのスケールメリットとして1年分の会費を一括でお支払いいただくと会費が割安になるといった料金設定があった。そのケースで中途解約した場合は、一括払いした金額から通常料金での経過月数分の料金を引いて返金する対応となるのが一般的である。
- ・ 退会手続きに関しては、明確に規約・会則に記載して、入会時にお客様へしっかりと確認を行い、合意形成を取るようにしている。解約に関してトラブルになる事例としては、口頭で退会の意思表示をして退会した気になっていたが、入会時に説明した退会手続きに沿った手続きをしていないので退会できておらず、数年間引き落としが続いていたということでトラブルになるケースが数年前まで時々あったが、最近はほぼない。
- ・ 最近見られる事例として、クラブへの入会時に、併せて水素水やプロテインドリンク等の商品のサブスクリプションの無料のお試し期間がついてくる場合において、お試し期間後にお客様に継続する意思はなかったのにサブスクリプションの料金が引き落とされていたことでトラブルになるといったことが時々起こる。そのような事例において、加盟クラブでは、入会時にサブスクリプションの無料のお試し期間を希望するかお客様に確認をとり、希望をしたお客様に対しては、お試し期間以降は有料となることの説明を書面で行った上でお客様に選択いただくという対応をしているとのことである。
- ・ F I A加盟クラブに対して示している会員規約の適正化に関する指針では、規約・会則の変更によって価格に変更がある場合は、変更の3か月以上前に、会員への周知を確実にすることを規約・会則に盛り込むことを求めている。
- ・ 「F I A加盟企業施設認証制度」では、認証を受けたクラブには、会員に安心して利用いただける目安として、認証ステッカーを貼っていただいている。
- ・ 入会時の説明について、対面だけでなく、WEB上などの対面でない形で行うことも増えてきている。必要な退会手続きが完了していなかったことというトラブルについては、対面とWEB上での入会手続きを比べると、対面の場合が言った言わないということでトラブルになるケースが多いと感じる。一方、WEB上の場合は、画面上にドキュメントが表示され、各項目について承諾しないと次に進まないよう

になっているため、言った言わないということがWEB上の手続きでは生じ得ないので、WEB上の手続きの良さが生かされ、トラブルの減少に繋がっていると思われる。他方で、サブスクリプションのお試し期間後の自動継続のトラブルについては、ウェブ上で説明をお試し期間後には覚えておらず解約し忘れていたというケースも見受けられるようである。

- ・ 最近では、F I Aには加盟していない、個人経営のパーソナルジムを中心にコンパクトな施設で提供される多様なサービス業態が増えてきている。もちろんほとんどの施設においては顧客との信頼関係を築きながら施設や指導が提供されている一方で、トレーニング指導中のけがや、金銭トラブルについて相談が近年増加していると消費生活センター等から相談を受けている状況である。背景として、コンパクトなジムはオープンさせるために資格や届け出の必要がなく、初期投資も比較的安価でシャワー設置などの施設要件もないため、参入しやすく撤退しやすいということがあるので、様々な準備（安心・安全・信頼性の担保のための対応）が行き届かないケースも出てきているのではないかと想定される。
- ・ 現時点ではF I A加盟クラブで会費を年一括払いとしているところは、総合型のクラブではほとんどなく、月会費としているところが多い。パーソナルジムや24時間ジムにおいて年一括払いでスケールメリットとして会費を割安にしているところが出てきている。年一括払いには、12か月分の会費を確保できるという視点で、企業にとってメリットがあるといえる。しかし、年一括払いの料金設定では途中解約に関するトラブルが発生し得るところ、途中で解約できる場合に該当するかどうかを個別事情も踏まえて判断することは難しく、手続的な負担も大きい。現在では、一定期間の会費確保のメリットよりも、月会費の場合の手続きのわかりやすさと解約のトラブルになりにくいというメリット、そして何よりもしっかりと提供される役務に対して正しく請求するというコンプライアンス面を踏まえても、月会費での運営の方を選択する対応が一般的である。
- ・ 一回ずつの都度利用については、法人契約や会員のビジターで参加するケースで発生するくらいで、近年では一般的な利用方法ではないといえる。
- ・ 提供しているサービスの種類の幅が広がれば広いほど、苦情の内容も多様になる。総合型のクラブだと、スタジオプログラム・ジム・サウナ・温水プール等があり、ジムの機材をはじめ、サウナやプールの温度など幅広い指摘を受けることとなる。

（４）その他

- 次回は6月26日の水曜日の11時から開催し、一般社団法人住宅リフォーム推進協議会及び一般社団法人日本住宅リフォーム産業協会、並びに一般社団法人日本フードサービス協会の3団体からのヒアリングを実施することを予定している。

(5) 閉会

以上