

平成28年3月18日

株式会社ビーボ  
代表取締役 武川克己 殿

公益社団法人 全国消費生活相談員協会  
理事長 吉川萬里子



ご 連 絡

本協会は、平成27年12月16日付で貴社に対し申入書を送付しました。貴社からは平成28年2月19日付でご回答をいただきました。ご対応ありがとうございます。

貴社によれば、本協会より指摘した利用規約並びにサイト上の表記について一部ご修正頂いたとのことではありますが、ご対応頂けなかった点についてさらに申し入れを致します。平成28年4月25日までに、書面にてご回答頂きますようお願い致します。貴社におかれましては、引き続き誠実、真摯なご対応を期待致します。

なお、本「申入書」ならびに貴社からのご回答の内容を含めた本件の一連の経過について、消費者契約法27条に定める消費者に対する情報提供の一環として本協会において公表することを念のため申し添えます。

(本件に関する連絡先)

〒103-0012 東京都中央区日本橋堀留町2-3-5 グランドメゾン日本橋堀留101  
公益社団法人全国消費生活相談員協会 消費者団体訴訟室  
TEL : 03-5614-0543  
FAX : 03-5614-0743

## 第1 使用停止を求める条項について

1 貴社におかれては、本協会から申し入れをした事項のうち、規約第7条（定期便の解約について）の解約方法が電話のみに制限されていた点、並びに、損害賠償責任の免責にかかる規約第12条第1項及び第2項について、それぞれ申し入れの趣旨に沿った形でご対応いただけたものと評価いたします。ありがとうございます。

なお、サイト上で、解約の連絡先となるメールアドレスが、利用者によりわかりやすい形で表示されると、本規定を改定した趣旨が活かされ、よりよい表示になるものと考えられますので、善処されたくお願いします。

2 他方で、以下の点についてはご対応いただけていないか、対応が不十分であることを踏まえ、改めて申し入れを致します。

(1) 規約第7条（定期便の解約について）において解約権を一律に制限している点について

貴社は、

- ①「所定の回数を継続してご購入いただくことを前提に、1個あたりの単価を値引きして販売しているため、予定された回数未満の解約を認める場合には、値引き販売が事実上困難になります。」
- ②「当社の定期便（定期購入コース）は、実質的には、複数の商品をセット販売した上で、商品を必要な時期にお届けし、代金は分割払いとする方式の契約であり、一定期間の継続使用により単品で購入される場合よりも商品の効果を実感していただくことができると考えております。」

と、上記①②を理由に、定期便の継続回数は従来どおりとする旨回答されています。

しかしながら、これらの主張はいずれも理由がなく、解約権を一律に制限する取扱いを正当化することにはなりません。すなわち、

① 商品が体質に合わず健康被害が発生した、あるいは飲むと気持ちが悪くなるなど体に合わないと感じる顧客がいる場合でも、継続購入を前提に商品の単価を引き下げていることを理由に顧客の解約権を一切認めないとの点は、顧客の生命身体の安全よりも貴社の採算を優先する趣旨とも受け取れ、本末転倒であると言わざるを得ません。

少なくとも、継続購入の場合、引渡未了の商品については再販が可能なはずで、そのことを踏まえるならば、解約を希望する顧客との間では、実際に引き渡した商品の分を、単品で販売する場合の価格で精算する形にすれば（その旨を規約に明示する必要がありますが）解約を認めても貴社に損失は発生しないか、より少ないものに押さえられるはずです。

すなわち、顧客の生命身体の安全の確保と引き替えに貴社が被る可能性のある不利益は、上記のような代替手段によって回避されることからすれば、継続購入を理由とした単価の引き下げは、解約権を一律に制限する根拠とはなりません。

② 本件契約は継続的売買契約として表示されているのであって、貴社が指摘するような「複数の商品をセット販売した上で、商品を必要な時期にお届けし、代金は分割払いとする方式の契約」であるとはされていません（消費者の認識にも合いません）。

そして、一定期間の継続使用により、単品で使用する場合に比べて商品の効果を実感できるとする点も、万人が例外なく効果を実感できる商品などあり得ないことからするならば、個人の体質の差を捨象した非現実的な主張であり、消費者が、具合が悪い、体に合わないと感じているにも関わらず、なおも望まない購入を継続させるに足る理由にはなりません。

申入書でも指摘したとおり、貴社商品の定期購入契約は、貴社と会員との間で締結される継続的売買契約と解されるところ、当事者間の信頼関係を基礎とする継続的契約においては、一方当事者はいつでも解約できるか、少なくとも「相手方に契約関係の継続を期待できないような事由がある場合」には解約ができると解されています。

これに沿って考えるならば、貴社の規約が、民法、商法その他の法律の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比し、消費者の権利を制限する消費者契約の条項であることは明らかです。

そして、少なくとも、摂取すると具合が悪くなる、体に合わない、といった相談が現実には多数寄せられている実情に鑑みるならば、身体に直接働きかける商品を多岐にわたって販売している事業者の責任として、消費者の生命身体安全に関わる訴えには（それが健康被害の蓋然性のレベルに止まるものだとしても）真摯に耳を傾けるべきであり、こういった場合も含め一律に解約権を制限している現在の規約は、信義則上も消費者の利益を一方的に害する規定として停止すべきものと思量します。

については、改めて、規約第7条のうち、解約権を一律に制限している部分については、消費者契約法10条に違反した条項として無効であるので、同条項の使用の停止を求めます。

## （2）「本件商品の販売サイト上における定期購入の価格及び解約条件の表示方法」について

この点については、本協会の申し入れを受けて6回分の総額表示をしたこと、注記のフォントを改めた点などについて、ご対応いただけたことは本協会としても評価いたしております。

しかしながら、「※ベルタ葉酸サプリの定期便は、6回以上のお届けが必須になります。7回目以降のご解約は次回お届け日の10日前までにお電話にてご連絡ください。」との注記が「夫婦でベルタ葉酸サプリを飲むなら」の欄の下にしか設けられておらず、一人で利用する場合の申込み欄の方には設けられていない点是对応が不十分です（この点は、申入書でも指摘しております。）。また、スマートフォンでは、注記の文字の色が薄く読みにくくなっています。解約条件は消費者が負担しなければならない義務にも関わる部分ですから、たとえ表記が重複するとしても、単

独で利用する場合、夫婦で利用する場合それぞれの欄内に、わかりやすい配色で注記を明示すべきです。

については、申し入れの趣旨をより明確に実行していただくためにも、上記の点についてさらにご対応いただきたく、申し入れを致します。

## 第2 改善・是正を求める条項について

1 利用規約の表示方法（表示に関するその他問題点を含む）についてご対応いただいた点は本協会としても評価をさせていただきたいと思っております。ありがとうございました。

2 しかしながら、利用規約の同意に予めチェックが付されている点について改善がなされなかった点について、なお再検討を要請いたします。

確かに貴社が指摘される経済産業省「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」（平成27年4月）における記載事項は存在します。

しかしながら、同記載は、あくまでも同意クリックを要求する仕組みを設けることを原則的取扱いとする内容となっていることに鑑みるならば、同意クリックを要求しない仕組みとすることができる場合は、限定的に解される必要があります。

この点、準則においても「申込み場面（たとえば購入ボタンが表示される場所）」として、利用規約へのリンクの設置方法を具体的に例示していますが、貴社サイトのように、最終確認画面ではない段階で（入力内容の確認ボタンの前に）利用規約のリンクが設置されて開示されているというだけで、利用者がサイト利用規約に従い契約を締結しているといえるかは疑問であると言わざるを得ません。

また、少なくとも同意クリックを要求することは、消費者にとってはもちろんのこと、貴社にとっても煩雑な仕組みの構築を要求しているわけでもなく、不可能を強いるものではありません（多くの事業者がこのような方法に対応しています）。

以上の各点からすれば、敢えて例外的取り扱いを維持する実益に乏しく、同意クリックを要求する仕組みを設ける方が、消費者のサイト利用規約の条件に従って取引を行う意思を明確に確認できるといえます。

については、改めて利用規約の同意に予めチェックを付す仕組みについて、見直しをされたく、改善・是正を求めます。

3 また、本書面にて、さらに改善・是正を求める事項を新たに申し入れます。

### (1) 返品特約の表示について

特定商取引法では、電子消費者契約による場合、「顧客にとって見やすい箇所に明瞭に判読できるように表示する方法その他顧客にとって容易に認識できるように表示する方法」での返品特約の表示が要求されています（特定商取引法第15条の2第1項ただし書き、特定商取引法施行規則第16条の2）。

そして、インターネットによる場合を含む通信販売における返品特約については「通信販売における返品特約の表示についてのガイドライン」が策定されているところですが、これによれば、「返品特約全てについて、広告及び最終申込み画面中

の各商品の説明箇所において、明瞭な方法で、かつ他の事項に隠れて埋没してしまうことがないように表示する」方法として、パーソナルコンピュータの場合において、標準設定で 12 ポイント以上の文字で表示する、色文字・太文字を用いる等して表示するといった方法が例示されています。

ところで、貴社のサイトの末尾に掲載されている【BELTA】ベルタ公式ショップご利用ガイドには返品に関する記載がなされています。

しかしながらパソコンで閲覧する場合の当該利用ガイドの文字が明らかに 12 ポイントよりも小さく、また条件の表示の色文字・太文字もあまり活用されていないことなどの問題点があります（これらの問題点は利用ガイドで「詳細はこちら」として、リンクが張られている先でも同様です）。

ついては、返品特約についての表示について改善・是正されたく申し入れを致します。

## （２）最終確認画面における総額表示・解約条件の表示について

本協会からの申し入れに伴い、総額表示の記載、解約条件の表示方法などについてご対応いただいておりますが、定期購入をする場合の最終確認画面ではこれらの表示がなされていません。

この点、特定商取引法 14 条では、顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為が指示対象行為とされておりますが、インターネット通販では①あるボタンをクリックすれば、それが有料の申込みとなることを消費者が容易に認識できるように表示していないこと（特定商取引法施行規則第 16 条第 1 項第 1 号）、②申込みをする際に、消費者が申込みの内容を容易に確認し、かつ、訂正できるように措置をしていないこと（同項第 2 号）を指す、とされています（準則 i 11～）。

これを踏まえ、最終確認画面では、確定的な申込みとなる送信ボタン（貴社のサイトでは「注文を確定する」とあるボタン）を押す前に、意思表示の内容となる申込みの内容を明示することにより、送信ボタンを押せば「その内容で」申込みの意思表示となることを、消費者が明らかに確認することができる画面を設定する必要があるものと考えられます（準則 i 8～9 参照）。

そうだとすれば、定期購入の場合は、最終確認画面で、契約の重要な内容として、総額表示並びに 6 回の継続購入が義務づけられていること（ただし、一律に義務づけられている点については、消費者契約法に違反していることは前述の通りです）を明示すべきです。

ついては、最終確認画面の表示方法について改善・是正されたく申し入れを致します。

以上