

令和5年7月4日

申 入 書

東京都港区南青山二丁目2番15号
株式会社 Crea
代表取締役 岡 大 貴 殿

〒060-0004

札幌市中央区北4条西12丁目1番55 ほくろうビル3階

適格消費者団体・特定適格消費者団体

認定特定非営利活動法人

消費者支援ネット北海道

理事長 松 久 三 四 彦

TEL 011-221-5884

FAX 011-221-5887

当法人は、消費者契約問題に関する調査、研究、消費者への情報提供等を通じて、消費者被害の未然防止を目的に、消費者団体、消費生活専門相談員、学者、弁護士、司法書士など消費者問題専門家により構成されているNPO法人です（詳細は、当法人のホームページ¹をご参照下さい。）。

また、当法人は、平成22年2月25日からは平成21年6月に施行された「改正消費者契約法」に基づき、内閣総理大臣の認定を受け、差止請求関係業務（不特定かつ多数の消費者の利益のために差止請求権を行使する業務並びに当該業務の遂行に必要な消費者の被害に関する情報の収集並びに消費者の被害の防止及び救済に資する差止請求権の行使の結果に関する情報の提供にかかる業務）を行なう「適格消費者団体」としての活動を行っております。さらに、当法人は、令和3年10月に消費者裁判手続特例法に基づく「特定適格消費者団体」に認定されたことで、従来の差止請求関係業務に加え、消費者の財産的被害を集団的に回復するための裁判を提起することが可能になりました。

現在、当法人では、消費者被害の相談について、情報提供やアンケート等多方面からの情報収集を行っており、入手した契約書に消費者契約法の規定する不当な条項が含まれていないかどうかを検討しております。

¹ <http://www.e-hocnet.info/index.html>

さて、インターネットによる通信販売契約の広告で、「初回限定特別価格」や「いつでも簡単に解約できる」などとうたって消費者を勧誘・誘引し、実際には解約が著しく困難な定期購入契約を締結させるという、いわゆる「お試し定期購入」に関する消費者トラブルが急増し、独立行政法人国民生活センターにおいても、複数回にわたり注意喚起をしているところです。

貴社は、貴社の運営するウェブサイト²（以下「貴社ウェブサイト」といいます。）において、「SilkyClea ミルラ」という名称のフェイスマスクを定期コース（以下、「本件コース」といいます。）にて販売されていますが、定期販売ではない、あるいは容易に解約できると誤信して契約を行った消費者からの情報が寄せられております。

このような状況を踏まえ、貴社のウェブサイトの広告記載内容及び利用規約を検討しました結果、特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」といいます。）上、問題があるとの判断に至るとともに、当該商品の広告表示や解約方法等に関しても、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」といいます。）、消費者契約法、特定商取引法及び同法ガイドライン、その他の法令に照らして問題があると考えに至りましたので、貴社に対し、以下のとおり申し入れます。

第1 申入れの趣旨

1 対象となる貴社ウェブサイトの広告画面表示について

貴社に対し、下記表示媒体において、下記対象商品につき、下記対象表示①ないし③の表示の停止又は誤認の予防に必要な措置をとるよう申し入れます。

（表示媒体）

貴社ウェブサイト (<https://silkyclear-mirula.jp/>)

（対象となる商品）

SilkyClear ミルラ 定期コース

（対象となる表示）

- ①「初回1セット（30ml×4枚）、2回目以降1ヶ月分の3セット（30ml×12枚）」の表示。
- ②本件コースの特典の「いつでも解約OK」「定期購入でも回数縛りなし」の表示。
- ③貴社ウェブサイトの利用規約等のチェックボックスの表示

² <https://silkyclear-mirula.jp/>（2023/05/01 確認）

2 利用規約について

申入れの趣旨第4項以下に記載の利用規約の各条項は、契約条項の解釈上疑義が生じるため消費者契約法第3条に照らして改善すべきものであるか、又は同法第8条若しくは第10条に該当する不当な条項であると考えます。

よって、貴社に対し、当該条項の改善、使用中止又は修正を申し入れます。

第2 申入れの理由

1 前記申入れの趣旨1の①について

(1) 本件コースの広告画面表示

①特別特典「特典1 初回価格0円」、「特典2 いつでも解約OK!」、「特典3 定期購入でも回数縛りなし!」の文言が黄・黒・赤3色の大きな文字で表示されています(別紙1)。

②「1回目 初回特別価格0円+送料499円(税込)」、「2回目以降 32340円(送料無料)」の文言は、青、黄、赤、黒の4色で大きな文字で表示されています(別紙2)。

③「初回1セット(30ml×4枚)、2回目以降1ヶ月分の3セット(30ml×12枚)」は白文字(別紙1)ないし黒文字(別紙2)で表示され、文字の大きさも上記①及び②と比較して極めて小さく記載されています。

このように、初回と2回目以降の配送される数量が異なる点は特段の強調表現がされておらず、あたかも通常価格3万2340円の商品が初回0円で購入することが可能であるかのような表示をしています。

(2) 実際の取引条件

①初回1セット(30ml×4枚)分を発送した後、10日後に1か月分3セット(30ml×12枚)を3万2340円で購入させ、その後、28日周期で1か月分3万2340円の購入を継続させる、定期購入取引とされています。

(3) 有利誤認表示の該当性

上記のとおり、本件コースは初回1セット、2回目以降3セットを購入するものであるにもかかわらず、広告画面では、初回価格0円でいつでも解約できる旨のみが大きく強調され印象付けられているのに比して、初回と2回目以降の配送数量が異なる点は強調されていません。

特段の注意書きがなければ、同一コース内で初回と2回目以降の配送数量が異なるとは通常考えられず、かかる表示は商品の価格その他

の取引条件について、実際のものよりも著しく有利であると誤認される表示をするものです（景品表示法第30条第1項第2号）。

(4) 特定商取引法違反

また、前記の広告表示は、通信販売において、商品若しくは特定権利の販売条件又は役務の提供条件について、著しく事実と相違する表示であるか、又は実際のものよりも著しく有利であると人を誤認させる表示であって、特定商取引法第12条の誇大広告等の禁止に違反するものと考えます。

以上より、初回と2回目以降の数量が異なる点について、購入者に誤認が生じることがないように必要な措置をとるようお願いします。

2 前記申入れの趣旨1の②について

(1) 本件コースの広告画面表示

①特別特典「特典1 初回価格0円」、「特典2 いつでも解約OK!」、「特典3 定期購入でも回数縛りなし!」の文言が黄・黒・赤3色の大きな文字で表示されています（別紙1）。

②「解約、お届け日変更のご連絡は、納品書記載の次回お届け予定日3日前まで」とされており、「定期コースの解約は、(中略) 次回お届け予定日の3日前までに連絡がない場合は定期継続となります」と記載されております（別紙1及び別紙2）。

③「2回目は初回購入の10日後、3回目以降28日後との配送となる」旨が記載されており（別紙1及び別紙2）、商品の到着に要する日数については広告画面表示内に記載がありません。

④初回特別価格のみで定期購入を解約する場合、「納品書」の返送が必要である旨は、別紙1に記載がなく、別紙2にのみ記載されています。

(2) 配送にかかる期間について

上記のとおり、広告画面表示内に商品到着までに要する予定日数について記載がありませんが、利用規約内には「お届けは(中略) 発送日から通常2～7日程度(離島を除く)」と記載されています。

(3) 特定商取引法違反

特定商取引法第12条では、販売業者が通信販売をする場合の商品について広告するときは、当該商品の売買契約の申込の撤回又は解除に関する事項等について、著しく事実と相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく有利であると人を誤認させるような表示をしてはならないと定められています。

貴社は、上記のとおり「いつでも解約OK!」「定期購入でも回数縛

りなし！」と表示し、あたかも、当該商品の定期購入契約をいつでも解約することが可能であるかのような表示をしています。

しかし、実際に本件コースを解約するためには、次回商品到着予定日の3日前までに連絡することが必要とされ、さらに、初回特別価格のみで解約する場合は、初回納品時に同封される納品書の返送が必要であるとされています。

商品到着には「発送日から通常2～7日程度」かかることを予定されていることから、初回購入分が届いた時点で2回目を解約できる期間は2～3日ないし期限が過ぎてしまっていることも考えられ、消費者が定期購入の継続を検討する間もなく自動更新となる恐れがあります。

また、本件コースの対象商品がフェイスマスクであることから、消費者が解約するかどうかを決定するには、商品を使用して、使用感や自身の肌質に合うかどうかを確認することが想定されるところ、上記のような短期間で判断することは事実上不可能です。

すなわち、本件コースは、商品の使用感を確認する間もなく、2回目以降の商品の購入を継続するのか解約するのかを消費者に迫るものとなっています。

貴社のウェブサイトに記載された広告にある「回数縛りなし」という表示は、初回購入分で満足できない場合は2回目以降の商品到着前に解約できることを強調する表示であるところ、実際には前記のように解約することが極めて困難であり、いつでも解約することができないにもかかわらず、「いつでも解約 OK」と表示することは、実際のものよりも著しく有利であると人を誤認させる表示にあたるものであると考えます。

以上より、特定商取引法第58条の19第1号に基づき、貴社に対し、上記申入れの趣旨1の②の表示の停止を申し入れます。

3 前記申入れの趣旨1の③について

- (1) 貴社ウェブサイトでは、ページ下部に「Creaからのお得な情報を受け取る」及び「利用規約に同意して申し込みます。未成年者については法定代理人の同意を得ていることを確認します。」のチェックボックスがあり、いずれもデフォルトでチェックがされている（デフォルトオン）状態になっております。
- (2) しかしながら、総務省の特定電子メールの送信等に関するガイドラインでは、ウェブフォーム等を利用して同意を取得する場合はデフォ

ルトオンと比較して、あらかじめチェックがされていないデフォルトオフの方が利用者の意思が明確に表示されることは明らかであり、デフォルトオフによることが推奨されております。

- (3) また、貴社ウェブサイトのチェックボックスは、他の文字に比べて小さい文字で記載され、利用者が容易に認識できるように表示されているとはいえません。
- (4) 同意の有無は、利用者の認識の有無及び賛成の意思表示があったかどうかにより判断すべきものであるという観点からすれば、同意の有無はデフォルトオンかデフォルトオフかのみで決まるものではありませんが、利用規約第16条の記載によると、貴社においてチェックを入れている注文については同意があったと認識されているとのことです。そのため、チェックボックスのデフォルトオン状態及び文字の大きさは、適正な同意の取得という観点からは望ましくないと考えます。よって、デフォルトオフにする、同意しない場合はチェックを外す旨の注意文を容易に認識できる大きさで表示するなどの工夫をしていただければ幸いです。

4 利用規約第5条（会員資格の喪失及び賠償義務）について

- (1) 利用規約第5条第1項では、「会員資格取得申込の際に虚偽の申告をしたとき、通信販売による代金支払債務を怠ったとき、その他当社が会員として不相当と認める事由」がある場合、貴社は会員資格を取り消す旨定められております。しかしながら、本条項は法令上問題があると考えます。以下、詳述します。
- (2) 第一に、本条項を見る限り、貴社が会員資格を取り消すに当たっては、会員に対して催告することは想定していないものと思われまして、商品の定期購入中の会員資格の取消しは、契約の無催告解除（民法第542条）にあたります。

民法第542条1項各号に列挙された事由以外の無催告解除は、消費者契約法第10条でいう「公の秩序に関しない規定の適用による場合に比して消費者の権利を制限する」ものと言えます。

そして、本条項中にある「通信販売による代金支払債務を怠った場合」に、定期購入契約が無催告で解除された場合、当該会員は、以降、商品を購入する機会を喪失し、会員が受ける不利益も決して小さいとは言えませんので、違反是正の機会を与えるべく、貴社による催告を前提とすべきです。

そのため、かかる催告を行うことなく、通信販売による代金支払債

務を怠った場合に無催告で会員資格の取消しを可能とする本条項は、消費者の権利を制限し、信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものであるため、消費者契約法第10条に抵触し無効と考えます。

- (3) 次に、本条項では、「その他当社が会員として不適当と認める事由」が会員資格取消事由とされておりますが、会員資格の取消しの判断がもっぱら貴社の裁量にゆだねられている上、取消事由となる具体例や判断基準等は一切明記されておられません。そのため、貴社が恣意的に会員資格を取り消すことも可能となり、消費者である会員の地位が著しく不安定となります。

消費者契約法第3条は、事業者に対して、契約条項を定めるにあたって、その解釈について疑義が生じない明確なもので、かつ、消費者にとって平易なものであるよう配慮することを求めているところです。そして、先述のとおり、会員資格の取消しが、商品購入機会の喪失という不利益を消費者に与えるものであることも併せて考えますと、本条項は、消費者である会員の権利を制限する条項であって、信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものであるため、消費者契約法第10条に抵触し、無効と考えます。

5 利用規約第6条（会員情報の取扱い）第1項について

- (1) 利用規約第6条第1項各号は、本人の同意を得ることなく会員情報その他のお客様情報を第三者に開示できる場合を定めており、同項第2号では、「当社の権利、利益、名誉等を保護するために必要であると当社が判断した場合」が挙げられております。

- (2) 個人データの第三者提供は、原則として本人の同意が必要であり、例外的に、個人情報保護法第27条第1項各号に該当する場合に限って、本人同意を得ない第三者提供が許容されております。

本人同意のない第三者提供が許容される例外として、同項第2号では「人の生命、身体又は財産の保護のために必要がある場合であって、本人の同意を得ることが困難であるとき」と定められており、法令上は、人の生命、身体又は財産の保護という具体的な権利利益を保護する必要があることのみならず、本人の同意を得ることが困難であることが必要です。

- (3) このような個人情報保護法の定めからしますと、本条項のような「権利、利益、名誉等」という抽象的な定め方は適切とは言えない上、個人情報保護法に定めのない「名誉」の保護を目的とする本人同意を得ない個人データの第三者提供は許されないこととなります。

また、自社の権利・利益の保護のために他社の権利・利益等を侵害することは無制限に許容されるものではなく、限定的な場合にのみ許容され得るものと考えます。

さらに、本条項では、「本人の同意を得ることが困難であること」は要件とされておらず、個人情報保護法が定める本人同意を得ない第三者提供の許容要件よりも緩和されております。

- (4) 以上の次第ですので、貴社におかれましては、会員の個人情報の重要性を踏まえ、個人情報保護法等に沿った条項の改訂のほか、法令に沿った適切な運用をしていただくようお願いいたします。

なお、会員情報等の第三者提供は、商品に欠陥等があった場合の対応等、消費者である会員本人の生命・身体・財産を保護する上でも必要であると考えられますので、貴社におかれましては、会員の保護の観点からも利用規約を改訂していただくようお願いいたします。

6 利用規約第6条（会員情報の取扱い）第2項について

- (1) 利用規約第6条第2項では、貴社は「個人情報保護への取組み」に従い会員情報を管理する旨の記載があります。

もともと、当団体で調査したところ、貴社がそのような名称の文書等を作成されていることは確認できず、当団体で確認することができた文書は、「プライバシーポリシー」〈<https://silkyclear-mirula.jp/info/privacy>〉でしたので、利用規約の記載を修正していただくようお願いいたします。

- (2) また、以下に述べるとおり、利用規約第6条第2項の利用目的の記載方法は、個人情報保護法に照らして不適切であると考えております。

ア 本条項では、会員情報の利用目的として、「会員へのサービス提供、サービス内容の向上、サービスの利用促進、およびサービスの健全かつ円滑な運営の確保を図る」旨定めております。

イ しかしながら、個人情報保護法第17条では、利用目的をできる限り特定しなければならないと定めているほか、個人情報保護委員会が令和4年9月に一部改正した同法についてのガイドライン（通則編）では、利用目的の特定に関し、「単に抽象的、一般的に特定するのではなく、個人情報が個人情報取扱事業者において、最終的にどのような事業の用に供され、どのような目的で個人情報を利用されるのかが、本人にとって一般的かつ合理的に想定できる程度に具体的に特定することが望ましい」、「「お客様のサービスの向上」等のように抽象的、一般的な内容を利用目的とすることは、できる限り

具体的に特定したことはない」とされております。

ウ かかる法令やガイドラインに照らしますと、本条項では利用目的が特定されているとは評価できないと考えられます。本条項は、消費者契約の一部として私法上の効力を有するところでもありますので、消費者が合理的に予測・想定できるよう、貴社が策定したプライバシーポリシーの利用目的の記載も踏まえ、具体的に定めていただきますようお願いいたします。

7 利用規約第7条（禁止事項）について

第7条は、第1項ないし第9項で禁止事項を挙げていますが、第9項において「その他当社が不適切と判断すること」とあります。何の基準もなく不適切の判断が事業者に委ねられる規定であり、恣意的に不適切と判断され、利用規約に違反するとされることにより本利用規約第5条第2項（4）により損害を賠償する責任を負うことになりかねない規定です。

消費者契約法第10条では「消費者の利益を制限し又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であって、民法第1条第2項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するもの」は無効としています。したがって、利用規約第7条第9項は消費者契約法第10条に該当し、無効であると考えます。

8 利用規約第8条（転売の禁止）について

第8条は、第3項において「悪質な転売の恐れがある場合や初回特別価格での意図的な購入を繰り返されている場合、通常価格でのご請求とさせて頂き、通常価格との差額を申受けます」とあります。しかし、どのような場合が悪質な転売に当たるか明記されておらず、また、転売されていない「恐れ」がある段階で事業者の独断により、安価な特別価格で購入を申し込んだ商品について高額な通常価格の請求を受けることになる規定です。

消費者契約法第10条では「消費者の利益を制限し又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であって、民法第1条第2項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するもの」は無効としています。したがって、利用規約第8条第3項は消費者契約法第10条に該当し、無効であると考えます。

9 利用規約第9条（サービスの中断・停止）について

第9条は、「本サービスの稼動状態を良好に保つために、次の各号の一に該当する場合、予告なしに、本サービスの提供全てあるいは一部を停止することがあります」と規定しています。「(1) システムの定期保守および緊急保守のために必要な場合、(4) その他、止むを得ずシステムの停止が必要と当社が判断した場合」とあり、事前に通知が可能な場合でも予告なしにサービスの中断ができる規定となっています。

予告できる場合であっても予告なくサービスの中断・停止をすることができ、それにより消費者が不利益を被ることを容認する規定です。

やむを得ず通知できない理由による中断・停止に限るのであれば、問題はないと考えますが、予告可能な定期保守による中断・停止については事前に通知する義務があると考えます。

消費者契約法8条3項では「当該事業者の不法行為により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除し、又は当該事業者によるその責任の有無を決定する権限を付与する条項」は無効としています。したがって、利用規約第9条(1)及び(4)は消費者契約法第8条に該当し、無効であると考えます。

また、予告なしにサービスの中断を行うことは、利用者がサービスを受ける機会を一方的に奪うものであり、消費者の権利を制限し、信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものとして、消費者契約法10条に抵触すると考えます。

10 利用規約第10条（サービスの変更・廃止）について

第10条では「当社はその判断により、サービスの全部または一部を事前の通知なく適宜変更・廃止できるものとします」とされていますが、サービスの内容について消費者に不利益な変更・廃止であっても事前の通知も消費者の承諾なく可能とする条項です。

消費者契約法8条3項では「当該事業者の不法行為により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除し、又は当該事業者によるその責任の有無を決定する権限を付与する条項」は無効としています。したがって利用規約第10条は消費者契約法第8条に該当し、無効であると考えます。

また、事前の通知なくサービスの全部または一部を変更・廃止することは、利用者がサービスを受ける機会を一時的に奪うものであり、消費者の権利を制限し、信義則に反して消費者の利益を一時的に害す

るものとして、消費者契約法10条に抵触すると考えます。

1.1 利用規約第11条（免責）第1項について

- (1) 利用規約第11条第1項は、「通信回線やコンピューターなどの障害によるシステムの中断・違い・中止・データの消失、データへの不正アクセスにより生じた損害、その他当社のサービスに関して会員に生じた損害について、当社は一切責任を負わないものとします」と定めています。これは、貴社の責めに帰することができる事由による損害についても、貴社の債務不履行責任を全部免除する規定です。
- (2) 消費者契約法第8条第1項は、その第1号に挙げる「事業者の債務不履行により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除し、又は当該事業者はその責任の有無を決定する権限を付与する条項」を無効としています。
- (3) したがって、利用規約第11条第1項は、消費者契約法第8条第1項1号に該当し、無効であると考えます。

1.2 利用規約第11条（免責）第2項について

- (1) 利用規約第11条第2項は、「当社は、当社のウェブページ・サーバー・ドメインなどから送られるメール・コンテンツに、コンピューター・ウィルスなどの有害なものが含まれていないことを保証いたしません。」と定めています。そこで用いられる「保証いたしません」という文言の具体的な意味が不明確です。
- (2) 消費者契約法第3条第1項第1号は、事業者に対し、「消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が、その解釈について疑義が生じない明確なもので、かつ、消費者にとって平易なものになるよう配慮する」努力義務を課しています。
- (3) したがって、利用規約第11条第2項を、その内容が明確かつ消費者にとって平易なものになるように修正することを求めます。

1.3 利用規約第12条（本規約の改定）について

- (1) 利用規約第12条は、「当社は、本規約を任意に改定できるものとし、また、当社において本規約を補充する規約（以下「補充規約」といいます）を定めることができます。本規約の改定または補充は、改定後の本規約または補充規約を当社所定のサイトに掲示したときにその効力を生じるものとします。この場合、会員は、改定後の規約および補充規約に従うものと致します。」と定めています。

- (2) 本条は約款を構成する条項の一つです。本条前段は、文言上は事業者側を一方的に利する恣意的な変更も無限定に許容されるかのように読むことができます。他方で、約款は一定の合理的な範囲においてのみ効力を有するものとして、本条後段を合理的に限定解釈して読むならば、「この場合、会員は、改定が客観的に合理的なものである場合に限り、改定後の規約および補充規約に従うものとします」という意味になると解されます（約款の合理的な限定解釈については、東京高判平成30年11月28日判時2425号20頁を参照）。
- (3) しかし、上記のような合理的な限定解釈によって明らかになる本条の意味は、本条を読む消費者にとって、本条の文言から誤解なく、容易に伝わるものではありません。したがって、事業者は「消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が、その解釈について疑義が生じない明確なもので、かつ、消費者にとって平易なものになるよう配慮する」努力義務を課す消費者契約法第3条第1項第1号を考慮して、本条後段に「改定が客観的に合理的なものである場合に限り」といった文言を加える修正などの修正が必要と考えます。
- (4) また、本条は、定型約款の変更に関する規定であることから、本条による規約変更のうち、民法第548条の4第1項第1号又は第2号に該当しないものについては、合意が擬制されないため、効力はありません。さらに、定型約款準備者が同項の規程による定型約款の変更をするときは、効力発生時期を定め、かつ、定型約款を変更する旨及び変更後の定型約款の内容並びにその効力発生時期を適切な方法で周知する義務を負い（同条第2項）、同条第1項第2号に該当するものについては、その効力発生時期までに周知がなされなかった場合は、約款変更は効力を生じません（同条第3項）。
- (5) 本条中段では「改定後の本規約または補充規約を当社所定のサイトに掲示したときにその効力を生じるものとします」と定めており、効力発生時期までに定型約款の変更及び変更後の定型約款の内容並びに効力発生時期を周知することができない構造になっています。したがって、本条による規約変更は、いずれにしても効力を有しないものと考えます。
- (6) よって、この点からも、本条の削除又は修正を求めます。

1.4 利用規約第14条（定期便）について

- (1) <お届けについて><商品発送後の返品・交換について>の各条項

本条項は、商品の不備による場合には交換又は返品に応じるとしながら、会員が商品到着から7日以内に電話又はメールにより貴社に通知することを必要としており、7日以上経過した商品については受付できない旨を定めています。

しかし、商品に不備がある場合は、売主の債務不履行であり、買主は引き渡された商品が契約の内容に適合しないことを知った時から1年以内にその旨を売主に通知することにより、売主に対し追完請求権として代替物の引渡しを求めることができます（民法第562条第1項、第566条本文）。

また、買主の請求にもかかわらず売主が不備のない代替物を引き渡さないなど、債務の履行がされない場合には、買主は契約を解除することもできます（民法第541条）。

したがって、商品の不備による交換又は返品について、商品到着から7日以内に会員から通知がなかった場合は交換や返品に応じない旨を定めている本条項は、買主たる消費者の権利を制限し、信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものとして、消費者契約法第10条に該当し、無効と考えます。

(2) <休止・解約の方法>の条項

本条項は、会員が所定の方法で次回お届け予定日の3日前までに貴社に通知することにより各定期便の解約が可能であるとし、この期間を過ぎると商品の発送準備に入ってしまうため次回以降の休止になる旨を定めています。

そして、「1箱コース」の場合、「2回目は初回購入の7日後」の配送になり（第14条<各コースについて>の「1箱コース」参照）、他方で、「お届けはお客様のお住まいの場所によって異なりますが発送日から通常2～7日程度」とされています。このため、初回購入分が届いた時点で2回目を解約できる期限（初回購入の7日後の3日前）がすでに経過してしまっていることも考えられ、そうした場合には2回目の解約が実際は不可能になります。

また、「定期便」という名称や「次回お届け予定日3日前までにご連絡頂くことで解約が可能です」とされていることなどから、消費者は、初回購入分が届いてから2回目が発送されるまでにはある程度の期間があり、商品の実物や使用感などを確認した上で2回目を解約するかどうかを判断することができるものと認識する可能性があります。仮に初回購入分が届いた後に2回目を解約できる期間が数日程度はあるとしても、2回目を解約できる期間がそのように短く設定されている

と予想することは困難です。

前述のとおり、事業者には、消費者契約の条項を定めるに当たって、契約内容が、その解釈について疑義が生じない明確なもので、かつ、消費者にとって平易なものになるよう配慮する努力義務があります（消費者契約法第3条第1項第1号）。

したがって、本条項のように、次回お届け予定日の3日前までに貴社に通知することで各定期便の解約が可能であると規定していながら、初回購入分の商品が届いた時には2回目を解約できる期間が全くないか、仮にあってもわずか数日であるといった契約条項は不適切であり、初回購入分の商品が届いた時点で2回目の解約ができない場合がある旨や解約できるとしても数日中に解約の通知をしなければならない旨を明確に記載するなど、本条項は修正すべきであると考えます。

1.5 利用規約第16条（未成年者による購入）について

入力された生年月日から未成年であることが明らかである会員で、「未成年者の場合、親権者の同意を得ております」の欄にチェックを入れている注文に関しては、親権者又は後見人の承諾を得て購入されているものと認識しているものとし、その後親権者等からの連絡がないまま、二回目以降の商品が届いてから親権者等から連絡を行っても、返品・返金には応じられない旨の記載があります。

しかしながら、経済産業省の「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」の77頁によれば、「単に『成年ですか』との問いに『はい』のボタンをクリックさせる場合、利用規約の一部に『未成年者の場合は法定代理人の同意が必要です』と記載してあるのみである場合においては詐術に当たらず、従来通り未成年者取り消しが可能である」と記載されています。

このように仮に「未成年者の場合、親権者の同意を得ております」の欄にチェックを入れている注文であっても、未成年者を理由とする取り消しは何ら制限されるものではありません。

したがって、貴社の「親権者等から連絡がなく、二回目以降の商品が届いた後に親権者等が連絡を行ったとしても返品や返金に応じない」という規定は、消費者の権利を制限し義務を加重していることから、消費者契約法第10条に該当し、無効であると考えます。

第3 ご回答のお願い

つきましては、本申入れに対する貴社のお考えやご対応等を令和5年

8月7日までに文書にてご回答くださいますようお願いいたします。

なお、ご回答の有無及び内容につきましては、当法人の活動目的のため、公表させていただくことをあらかじめ申し添えます。

以 上