

2021年 6月 10日

健康美人研究所株式会社
代表 風間 強司 殿

〒700-0026

岡山市北区奉還町1-7-7 オルガ5階
適格消費者団体 特定非営利活動法人消費者ネットおかやま
理事長 河田 英正

TEL : 086-230-1316 FAX : 086-230-6880

HP : <http://okayama-con.net/>

申 入 書

第1 はじめに

当法人は、消費者団体訴訟制度の制度化を受けて、不当な勧誘行為や不当条項の使用の中止の申し入れや、団体訴権を行使していくことを重要な活動内容として、岡山県の消費者団体や消費者問題に取り組む個人によって、2007年6月6日に設立されたNPO法人です。2015年12月8日には、内閣総理大臣より消費者契約法第13条に基づく適格消費者団体として認定されました（組織概要については当法人のホームページをご参照ください）

この度、貴社が、インターネットのホームページで行っている、貴社製品（クレムド・アン クリームシャンプー他）の広告につき、下記第2のとおり、景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）に違反するのではないかと考えられる表示が行われているため、以下のとおり申入れをさせていただき次第です。

つきましては、ご多忙中恐縮ではございますが、本書到達後1ヶ月以内に、貴社のご見解につき、文書にてご回答いただければ幸いです。なお、回答の有無及び回答内容は公表することがあることを予め申し添えます。

なお、貴社製品の広告につき、下記第3及び第4のとおり、消費者契約法の趣旨ないし、特定商取引法に違反するのではないかと考えられる表示がありました。当法人は、下記第3及び第4の点につき、申入れを行う権限はありませんので、この点に関しては問題点の指摘にとどまりますが、ご検討ください。

第2 価格の表示について（景品表示法違反）

1 景品表示法の規制内容について

（1）有利誤認表示の規制（景品表示法第5条第2号）

景品表示法第5条第2号は、商品の価格について、実際のものよりも取引の相手

方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる表示を有利誤認表示として規制しています。

(2) 消費者庁が公表するガイドライン

また、消費者庁は、「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」と題するガイドライン（以下「本件ガイドライン」といいます。）を公表しており、景品表示法の反する不当な表示に該当するおそれのある事例を示しています。

本件ガイドラインにおいては、「①プライベートブランド商品について小売業者が自ら設定した価格、②製造業者等が専ら自ら小売販売している商品について自ら設定した価格、又は③特定の小売業者が専ら販売している商品について製造業者等が当該小売業者の意向を受けて設定した価格を、希望小売価格として比較対照価格に用いること」が、不当な表示に該当しうるとされています。

(3) 貴社の価格表示について

貴社製品の価格表示については、以下で述べるとおり、有利誤認表示に該当するものであると考えます。

2 貴社製品の表示内容

貴社のホームページにおいては、例えば、「クレムド・アン クリームシャンプー」の商品ページにおいて、次のような表示がなされています。

- (1) 「通常価格 8,000円」に打ち消し表示がなされ、「毎月お届け定期コース 期間限定特別価格」として、1,980円の表示
- (2) 定期コースにつき、「1回目からのご解約も承ります」との表示
- (3) 定期コースにつき、「2回目以降も1箱 3,980円でお届けします」

3 有利誤認表示（景品表示法第5条第2号）に該当しうること

貴社製品の通常価格は、貴社が任意に設定したものと考えられます。仮に、貴社が任意に設定したものである場合、本件ガイドラインの考え方によると、上記第2・1(2)のとおり、通常価格を比較対象価格に用いる貴社の表示は、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当な表示に該当しうることになります。

また、上記第2・2記載の表示によると、定期コースで注文を行い、1回目で解約した場合、期間限定特別価格であれば1,980円で、それ以外の場合でも3,980円で商品を購入することができます。これは、単品購入した場合の価格である通常価格の8,000円よりもかなり安価であるため、消費者が、単品購入する合理的な理由は考えられません。

このことは、貴社が、単品購入する消費者がいることを想定しておらず、根拠のない任意な価格を通常価格として設定していることを推認させる事情となります。

4 結語

以上のとおり、貴社が任意に設定した通常価格を比較対照価格として広告に表示す

ることは、景品表示法第5条第2号の有利誤認表示に該当することになると考えますので、このような表示による広告を行わないよう申し入れます。

第3 解約方法の表示について（特定商取引法違反）

1 特定商取引法の規制内容について

特定商取引法第11条第4号は、通信販売における広告につき、契約の解除に関する事項を広告に表示しなければならないと定めています。そして、この規定を受けた特定商取引法施行規則第9条3号は、解除に関する事項を広告する場合には、顧客にとって見やすい箇所において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することができるよう表示しなければならないと定めています。

なお、具体的に認識しやすい表示とはどのような表示かを判断するうえで参考となるものとして、消費者庁は、「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」を公表しています。

貴社の解約方法の表示は、以下で述べるとおり、消費者にとって分かりやすいものとはなっておらず、これらの規制に反するものと考えます。

2 定期コースの解約方法とその表示

(1) 「FAQ（ご質問）」のページ

貴社のホームページのFAQ（ご質問）ページの「解約を検討している・解約したい」の欄には、「次回商品のお届け指定日の2週間前までに、お電話いただき、ガイダンスに沿ってLINEにて解約の手続きを行ってください」との記載があります。

(2) 「特定商取引に関する法律」のページ

貴社のホームページの「特定商取引に関する法律」のページには、定期コースの解約につき、次のような記載がなされています。

ア 次回商品のお届け指定日の2週間前に、お電話いただき、ガイダンスに沿ってLINEにて解約の手続きを行う旨。

そして、このアの記載から少し離れた下部に、他の解約方法について、次のような記載がなされています。

イ LINEをインストールできない携帯端末、携帯番号をもっていない等やむを得ない理由がある場合にはメールでの解約も受け付ける旨。

ウ LINEの操作方法が分からない等、オペレーターと直接の会話をご希望のお客様は、ナビダイヤルの流れと操作方法のご確認をお願いいたします。との記載があり、商品についてのお問合せは「1」を、商品のご解約・休止に関しては「2」を、その他に関しては「3」をプッシュしてください。操作方法をオペレーターに聞きたい方は「4」をプッシュして下さい→ダイヤ

ル「4」をプッシュ

3 解約方法が一般消費者にとって分かりづらいこと

(1) 消費者がLINEでの解約以外の方法に行き着きづらいこと

定期コースの契約をした消費者が、契約を解約しようと考え、その方法をホームページで検索した場合、「FAQ（ご質問）」のページを見ることになると考えます。しかし、当該ページには、LINEでの解約手続きしか案内されていないため、スマートフォンを有していないなどの理由でLINEでの解約ができない消費者が、当該ページを見て、解約を断念することも相当数存在すると考えます。

また、貴社のホームページの「特定商取引に関する法律」のページには、LINEでの解約以外の方法が記載されておりますが、当該ページへのリンク自体がホームページの下部に小さく表示されているものであり、気づきづらいものです。

さらに、上記のとおり、解約方法を探している消費者は、まず「FAQ（ご質問）」のページを見ると考えられ、「特定商取引に関する法律」のページを見ることは少ないと考えられます。特に、「FAQ（ご質問）」のページに上記のとおり、解約方法については不十分ながらも記載はされているため、それを確認した消費者は、解約方法が記載されたページはこのページのみと考え、他のページを探さないのが自然です、

これらの点からも、消費者にとって、LINEでの解約以外の方法に行き着きづらいと考えます。

(2) オペレーターへの連絡による解約につき、その方法が分かりづらいこと

「特定商取引に関する法律」のページには、オペレーターへの連絡による解約につき記載がなされています。

しかし、当該記載には、オペレーターへ連絡することによる解約ができる旨は記載されていません。「操作方法をオペレーターに聞きたい方は『4』をプッシュ」との記載からすると、解約目的でオペレーターに連絡することは認められていないように読むことができます。

したがって、消費者にとって、オペレーターに直接連絡することで解約することができるか否か、及びその解約方法が分かりづらいと言わざるを得ません。

(3) 実際に解約方法が分からない消費者がいること

実際に、貴社の商品を定期購入した消費者のなかには、解約をしようとしたにもかかわらず、Q&Aに記載されたLINEでの解約方法しか見つからず、LINEの使い方も分からなかったため、解約することができない人もいらっしゃいます。

4 結語

以上のとおり、貴社の解約方法の表示は、消費者にとって分かりやすいものとは

なっており、特定商取引法第11条第4号及び特定商取引法施行規則第9条3号に反するものと考えます。そのため、解約方法の表示につき、「FAQ（ご質問）」のページにすべての解約方法を表示するなど、消費者にとって分かりやすい表示とする必要があると考えますので、ご検討ください。

第4 メールでの解約時に身分証の提示が必要とされる点について

貴社は、定期コースを契約した消費者が、その契約を解約するにあたり、メールでの解約時に、免許証などの身分証明書の提示を求めています。

この点、契約締結時には身分証明書の提示を求めていないにもかかわらず、解約時にのみ身分証明書の提示を求める合理的な理由は考えがたいところです。その理由が、解約の申出をした者が、契約者本人であることを確認するためであれば、契約ごとに契約番号を割り振っておき、解約時にその契約番号を記載させるなど、他の方法で十分対応可能であると考えます。

他方で、消費者にとっては、身分証明書を第三者に提供することは、情報流出のリスクがあり心理的に抵抗を覚える行為です。

仮に、契約時に身分証明書の提示を求める合理的な理由がないのであれば、メールでの解約時に身分証明書の提示を求めることは、消費者にとって解除権の行使を躊躇わせるものでしかなく、事実上、消費者の解除権を制限するものとして、消費者契約法8条の2の趣旨に反することとなります。

もし、メールでの解約時に身分証の提示を求める合理的な理由がないということであれば、身分証の提示を求めることを止めることをご検討ください。

第5 結語

上記第2のとおり、貴社の価格表示は景品表示法第5条第2号違反が認められると考えますので、当法人は貴社に対して、同様の表示による広告を行わないように申し入れます。

また、上記第3及び第4のとおり、貴社の広告には特定商取引法及び消費者契約法の観点から問題がありますので、その修正をご検討ください。

これらの申入れに応じるか否か、応じない場合にはその理由についてご回答ください。

よろしくお願い申し上げます。

以 上