

ネットとうほく 2019 (検) 第1号-1  
2019 (令和元) 年8月8日

東京都渋谷区初台2-31-6 メインステージ初台302  
光井製薬株式会社  
代表取締役 生田博之 殿

〒981-0933 仙台市青葉区柏木一丁目2-40  
ブライトシティ柏木702号室  
内閣総理大臣認定 適格消費者団体  
特定非営利活動法人消費者市民ネットとうほく  
理事長 吉岡和弘  
電話 022-727-9123  
FAX 022-739-7477  
URL <http://www.shiminnet-tohoku.com>



## 照 会 書

消費者市民ネットとうほく(以下、当団体という)は、消費者の権利擁護を目的とし、商品、サービス及び契約に係わる調査、研究、検討を行っている消費者・消費者団体・消費生活相談員・弁護士・司法書士・学識者等で構成している特定非営利活動法人です。2017年(平成29年)4月25日に内閣総理大臣から、消費者被害防止のため、事業者の不当勧誘行為や不当条項使用等に対し、差止請求権を行使することができる適格消費者団体として認定を受けております。

この度、当団体に、貴社がホームページで広告しているサプリメント(RE D-UP)の「ギガ得コース」について、「初回お試し価格100円分を購入しよう」と申し込んだところ、その後の販売分の振込用紙が届いた。問い合わせをしたところ、4回分購入しなければお試し価格で購入することはできないと説明された。その後の購入をしなければお試し価格では購入できないという表示がわかりにくく、「1回分だけ申し込んで100円で購入できると誤解して注文する人も多いのではないか」等の情報が寄せられました。

このような情報提供を受けて、当団体で貴社のホームページを確認したところ、以下のような問題点が確認できました。

このような指摘に対する貴社のお考えや改善の方針の有無・内容について、ご回答をいただきたいと思いますと考えております。つきましては、本書面到着後2ヶ月以内を目処に、上記連絡先宛に文書にて回答をいただきますよう、お願い申し上げます。

なお、本件に関する当団体の活動及び内容の公表及び今後の進め方については、別紙の「公表ルール」に沿って対応させていただきますことを申し添えます。

- 1 4回の購入継続がなければ、単品購入との差額の支払いが必要なことについて、消費者に確実に認識されるような表示がなされていないこと

貴社のサイトにおいて、RED-UPの「ギガ得コース」は、1回目100円（税込み・送料無料）と通常料金を大きく下回るものの、最低4回の継続が条件となることです。この点について、4回の継続に満たないで解約をした場合には、単品購入への変更となるため差額の支払いをしなければならないとの表示（打ち消し表示）が、貴社のサイト上に掲載されております。しかし、当該打ち消し表示は、「1回目 税込み・送料無料！ 初回なんと100円（税込）」等の表示（強調表示）に比べると、文字のポイントが半分以下であり、消費者が初回だけでも100円（税込）で購入できると誤解して申し込みをする危険性を払拭するには不十分と思料いたします。このように、打ち消し表示が不十分なままなされている強調表示は、有利誤認表示（景品表示法4条1項2号）に該当すると評価し得るものであり、改善の必要があるのではないのでしょうか。

- 2 4回の購入継続がなければ、単品購入との差額の支払いが必要なことが、最終確認画面において明示されていないこと

貴社のサイト上で、ギガ得コースを申し込むために、申し込み内容を入力していくと、最終確認をするための画面に行き着きます。最終確認画面では「ギガ得コースは毎月商品をお届けする定期コースです。必ず4回のご継続をお約束いただいております。4回のお受け取りで合計39,100円（税込み、送料無料）のお支払いになります」との表示はありますが、「4回の継続が条件となり、この継続に満たない場合には、単品購入への変更となるため差額の支払いをしなければならないこと」までは明示されておられません。

そのため、4回購入する前にやめた場合には差額を支払わなければならないことが消費者にわかりにくく、「申込みの内容を、顧客が電子契約に係る電子計算機の操作を行う際に、容易に確認し及び訂正できるようにしていないこと」（特定商取引法第14条第1項第2号、同施行規則第16条第1項第2号）に該当するおそれがあります。上記規定が適用される場合、当該表示は監督官庁の指示の対象になりますが、このような問題を解消するために、貴社の確認画面の表示は改善の必要があるのではないのでしょうか。

- 3 購入者が返品保証についての販売条件を誤認するおそれがあること

広告中の「特典5 初回限定90日間限定全額返金保証」について、利用規約第9条（返品・交換につきまして）には下記のような記載があります。

・4か月目（受け取り辞退や保管期限経過による空白期間がないこと）ま

- で製品を使用後、全く効果がなかった時のみ対象となる。
- ・全額返金保証の適用期間は5回目発送予定日の10日前まで。
  - ・該当期間内に必ず事前に電話申し込みが必要。
  - ・1回目から4回目までの「納品書」「商品パッケージ(袋)」「同梱物」を送料負担で、電話申し込みから7日以内に返送することが必要。
  - ・返金は100円+13,000円×3=40,000円

「RED-UP」は、1袋は90粒(約1か月分)ですから、すべて摂取してから全額返金を求めるとすると約120日後になり、90日以内には返品申し込みはできません。また、5回目発送予定日の10日前までに返品申し込みをしなければならぬとすると、その時点では4袋のすべての摂取は終了していない計算となります。したがって、返品が「90日間限定」であれば、事実上返品はできないことになってしまうのではないのでしょうか。

また、一般に購入者が4回分の納品書・商品パッケージ、同梱物等をとっておくことは考えにくい点等も考えると、事実上その権利行使は非常に困難であり「初回限定90日間限定全額返金保証」との記載は、一般消費者が「1回目100円と非常に有利な条件で購入でき、90日以内であればいつでも返品返金を求めることができる」と、著しく有利な販売条件であると誤認する可能性が高いと考えられ、特定商取引法第12条誇大広告、景品表示法第5条の有利誤認表示に該当するおそれがあります。貴社のこのような表示や運用は改められる必要があると思料いたしますが、いかがでしょうか。

#### 4 返品特約の内容が最終確認画面において明示されていないこと

貴社の利用規約第9条(返品・交換につきまして)前段部分の「ご注文後のキャンセルは発送前までに電話にてご連絡ください。発送業者へ商品がわたったからの注文キャンセルには対応致しかねますので予めご了承ください。～～。商品には万全の注意を払っておりますが～～～送料当社負担でお取替えさせていただきます。商品到着8日以内に電話でお知らせください。お客様のご都合による返品はご容赦ください」との規約の内容は、特定商取引法の「返品特約」に該当すると考えられますが、「返品特約」は最終確認訂正画面において確認できることが必要とされています(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9頁「顧客にとって容易に認識することができるよう表示していると考えられる返品特約の表示方法(図5)」の「最終申込み画面における表示」【[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_transaction/amendment/2016/pdf/amendment\\_190410\\_0002.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/amendment/2016/pdf/amendment_190410_0002.pdf)】)。

しかし、貴社のサイトの最終確認画面には、返品に関する規約の内容の表示はなく、利用規約第9条とのリンクもなされておられません。このような問題を解消するために、貴社の確認画面の表示は「お客様の都合による返品はできないこと」を明示するなどの改善の必要があるのではないのでしょうか。

#### 5 体験談により一般消費者の誤認を招かないようにするための表示がされていないこと

貴社のサイト上の表示からは、「RED-UP」を定期的に摂取することによって、筋肉が増強され、痩身効果が見込めるかのような印象を受けます。また、「愛飲者様からの歓喜の声」として、「体験談が掲載されております。

この点に関し、消費者庁が公表している「打ち消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点」においては、「体験談を用いる場合の留意点」として、体験談を用いる際は、体験談等を含めた表示全体から「大体の人に効果がある」と一般消費者が認識を抱くことに留意する必要があることが指摘されております。その上で、「求められる表示方法」として、体験談により一般消費者の誤認を招かないようにするためには、当該商品・サービスの効果、性能等に適切に対応したものをを用いることが必要であり、商品の効果、性能等に関して事業者が行った調査における（i）被験者の数及びその属性、（ii）そのうち体験談と同じような効果、性能等が得られた者が占める割合、（iii）体験談と同じような効果、性能等が得られなかった者が占める割合等を明瞭に表示すべきである。」とされております。

しかし、貴社のサイトにおいては、体験談の掲載者について上記（i）～（iii）のような表示はなされておられません。このような現状は、当該商品の効果や性能に関し、消費者が誤認しないような措置がとられていないと評価せざるを得ませんので、上記（i）～（iii）のような表示を掲載する必要があると考えますがいかがでしょうか。

6 RED-UPの主成分の効能についてその裏付けが明示されていないこと  
RED-UPの使用をお勧めする対象として、「ダイエットやトレーニングが続かない……」「ジムへ通うお金と時間をもったいない……」が挙げられており、継続的な食餌制限や運動を行わなくても、RED-UPの摂取だけで、筋肉増強が可能であると読める内容になっております。しかし、RED-UPの主成分とされている「HMB」「BCAA」「マカ」「赤ガウクルア」「ガラナ」「アルギニン」「シトルリン」については、運動なしでの筋肉増強という効能を裏付ける研究報告やデータを見つけることはできませんでした（例えば、「健康食品」の安全性・有効性情報を掲載した、独立行政法人 国立健康・栄養研究所「健康食品」の安全性・有効性情報 (<https://hfnet.nibiohn.go.jp>) にも、貴社の研究報告を裏付ける内容は見られません）。そこで、このような報告やデータがある場合には当団体にお示しいただくとともに、効能の根拠を明確にするために、貴社のHPにも裏付けを掲載・公表すべきと考えますが、いかがでしょうか。

以上

## 消費者市民ネットとうほくの「申入れ」等における活動方針と公表ルールについて

当団体の事業者に対する「申入れ」等の活動は以下のような方針に従って行っています。

### 1 各手続の趣旨・手続概要について

#### (1) 照会手続（送付文書名：照会書）

ア 「照会」とは、事業者に対して、（ア）営業活動に関連する資料の開示を求めたり、（イ）違法・不当の疑問がある場合に質問を行ったり、改善の提案として問題点の指摘を行う手続です。

イ 回答や資料提供を頂き、当団体が相当と判断できる改善がなされた（あるいは既になされていたことが確認された）場合、手続は終了します（その場合、合意書の締結をお願いすることがあります）。

ウ 回答や資料提供がされなかったり、回答等はあるが、問題点があり、当団体が「申入れ」ないし「要請」をすべきと判断した場合には、これら手続に移行します。

#### (2) 申入れ手続（送付文書名：申入書）

ア 「申入れ」とは、約款・勧誘行為・広告等が違法であり、適格消費者団体である当団体が法律に基づく差止請求権（※）を行使しうる場合に改善を求める手続です。

イ 「申入れ」に対して、当団体が相当と判断することのできる改善がなされた場合、手続は終了します（その場合、合意書の締結をお願いすることがあります。）。

ウ 相当と判断できる改善がなされなかった場合、検討の上、訴訟相当と判断した場合には、消費者契約法4.1条に基づき催告の上、差止請求訴訟を提起します。

#### (3) 要請手続（送付文書名：要請書）

ア （ア）法律に基づく差止請求権はないが、違法ないし消費者の権利擁護の観点から著しく不当である場合、（イ）照会に対し、回答や資料の開示がない場合、改善又は開示・回答を求める手続です。

イ 「要請」に対して、当団体が相当と判断することのできる改善がなされた場合、手続は終了します（その場合、合意書の締結をお願いすることがあります。）。

#### (4) 差止請求訴訟手続

裁判所に訴訟提起し、約款・勧誘行為・広告等の使用停止等を求める手続です

### 2 公表ルール

#### (1) 照会手続における公表について

ア 照会手続中は、「照会」を行っている事実含め非公表とします。

イ 照会手続終了後は、原則として事業者名を除いた概要を公表します。

ウ 他の手続に移行した場合、照会手続時の活動を公表する場合があります。

#### (2) 申入れ手続における公表・要請手続における公表について

原則すべてのやりとり・資料が公開・公表となります（但し、非公開を条件に提供された営業秘密等、当団体が公開不相当と判断したものを除きます。）。

#### (3) 差止請求訴訟手続における公表について

訴訟の内容等当団体が必要と判断した事項は全て公開・公表します。

※<sup>1</sup>消費者契約法、不当景品類及び不当表示防止法、特定商取引法、食品表示法に基づき適格消費者団体が有する差止請求権

# ネットとうほく活動方針と公表ルール フローチャート

平成30年1月18日改訂

