

ネットとうほく 2019 (検) 第 2 号-6
2021 年 (令和 3 年) 7 月 26 日

宮城県仙台市宮城野区原町 3-1-8 原町プラザ 2 階
START GATE GYM
代表 中泉翔 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>



申入書兼照会書

当団体の令和 2 年 2 月 21 日付申入書に対し、規約及びHP 広告表示に対し一部修正がなされましたが、修正後の「0 円スタートプラン」における契約条項及び同プランの広告表示について、なお消費者契約法及び景品表示法に違反する問題点があると判断しました。そこで、当団体の令和 2 年 5 月 26 日付申入書兼照会書にて修正を求めましたが、貴社よりご回答いただけず、令和 2 年 8 月 26 日付け及び同年 10 月 19 日付けご連絡文書において再度ご回答をお願いしましたが、対応頂いておりません。

また、当団体において確認したところ、当団体が修正を求めた貴社の「0 円スタートプラン」に関する契約条項及び広告表示は、未だ修正・変更されておりません。

さらに、今般、当団体に、「退会手続について、方法の制限や条件が付されているのは問題ではないか」との情報提供がありました。

当団体において、本件で問題となっている退会制限条項及び本プランの広告表示について改めて検討しましたが、消費者契約法及び景品表示法に違反するものと判断され、新たに情報提供のあった退会手続に関する規定についても消費者契約法に違反するものと判断されますので、これらを修正頂きたく、以下のとおり再申入及び照会を致します。

つきましては、以下の申入れ事項及び照会事項に対し、本書面到達後 2 ヶ月以内を目処に書面にてご回答くださいますようお願い申し上げます。

第1 申入れ事項

1 申入れの趣旨

【申入れ事項1】

貴社の「0円スタートプラン」（入会金無料・2か月分会費無料・体験無料とするもの）（以下、「本プラン」といいます）の適用を受けた契約者について、「2ヶ月間無料期間後10ヶ月は、退会、休会の手続きは行えません。」と定める契約条項（以下、「本件退会制限条項」という）につき、

- (1) 当該条項が「中途退会（解約）を禁止する」趣旨の定めである場合は、当該条項を削除するか、退会自体を禁止しない趣旨に修正すること
- (2) 当該条項が「1年以内に退会・休会した場合は、10ヶ月分の会費額から支払済の会費を引いた残額を違約金として支払う」という趣旨の定め（損害賠償の予約）である場合は、当該条項による違約金の額が、消費者契約法9条1号が定める平均的損害を超えない範囲の定めとなるよう修正すること
- (3) 当該条項が、「1年以内に退会・休会した場合は、10ヶ月分の会費額から支払済の会費を引いた残額を違約金として支払う」という趣旨の定め（損害賠償の予約）である場合について、「病気、怪我、妊娠、転勤その他やむを得ない事由により退会・休会する場合」についてはこれを適用しないものとするよう修正することを求めます。

【申入れ事項2】

本プラン（一定の条件の下に料金割引を行う契約）の広告（HPの他、インスタグラム、フェイスブック、YouTube上の広告を含む）において、申入れ事項1の修正を行った上で、消費者にとって有利な割引等の取引条件（現状の広告における「入会金0円、会費2ヶ月0円、体験無料」等）の表示の直前又は直後に、当該取引条件の少なくとも半分以上のポイントで、当該契約に付随する不利益な取引条件（申入れ事項1の点を修正後のもの、例えば「1年以内に退会する場合には、やむを得ない事由による退会でない限り、無料とした期間の月会費及び入会金の支払いが必要になります」）の表示を行うよう改めることを求めます。

【申入れ事項3】

会員規約第10条第4項「退会手続きの際に1か月分の会費をお預かりいたします。最終決裁確認後、返金いたします。振込での返金対応は一切できませんので、ジムの方に取りに来てください。」との条項の削除を求めます。

2 申入れの理由

【申入れ事項1（1）について】

（1）本件退会制限規定の趣旨について

本件退会制限規定は、「退会等手続きは行えない」という文言からすると「一定期間退会（解約）を禁止する」という趣旨に読めますが、実際には退会を禁止するものではなく、「退会・休会はできるが、1年以内に退会・休会した場合は、10ヶ月分の会費額から支払済の会費を引いた残額を違約金として支払う旨の約定（すなわち違約した場合の損害賠償の予約）」とも読める規定です。

どちらの趣旨であるかについては、後記のとおりご照会致しますが、もし前者（「退会を禁止する」規定）であるという場合については、以下の理由で、消費者契約法10条に違反するものと判断されます。

（2）「退会を禁止する規定」である場合の消費者契約法10条違反

ア 本件契約については「解約自由」が原則であること

本件スポーツクラブ利用契約は、貴社と消費者との間でレスリング・ヨガ・ダンス・エクササイズ等のレッスンを目的とし、月ごとに契約を更新する、契約期間は定められていない契約であることから、契約期間の定めのない継続的役務提供契約であり、契約の性質としては「準委任契約」と判断されます。

準委任契約は、民法656条、民法651条が適用され、民法上の原則としては「いつでも解約できる（651条1項）が、当事者の一方に不利な時期に解除した場合は損害賠償が必要となる（同条2項本文）、但し解除がやむを得ない事由による場合は損害賠償を要しない（同条2項但し書）」ものとされています。

この点、役務提供契約ではないがこれに類する契約である携帯電話利用契約の「2年間の定期契約（いわゆる2年縛り）」に関する裁判例（大阪高裁平成24年12月7日判決〔判例時報2316号133頁〕、大阪高裁平成25年3月29日判決〔判例時報2219号64頁〕）でも、解約できることが原則であることが認められています（役務提供型の契約においては、役務提供者に生じる損害をてん補する限り、役務提供を受ける側に解約権を付与することによって、受領を強いられる状況から解放する手段を認めるのが一般法理である等との認定）。

イ 解約を制限する条項は消費者契約法10条に反すること

消費者契約法10条は、法令中の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（前段要件）、信義則に反して消費者の利益を一方的に害する条項（後段要件）を無効とする、と定めています。

本件退会制限条項が「退会（解約）を禁止する」規定であるという場合、それは、準委任契約の性質を持つ継続的役務提供契約について中途解約できないとする条項となることから、上記の準委任契約に関する民法規定及び継続的役務提供型契約に関する一般法理に比して、消費者の権利を制限するものであり、また、解約を禁止する期間も1年間と長期にわたり解約を禁止されること及びやむを得ない事由による場合でも適用される（解約できない）ことになっている点で、消費者の不利益は多大です。

よって、本件退会制限条項は、民法の規定に比して消費者の権利を制限し、信義則に反して消費者の権利を一方的に害するものとして消費者契約法10条に違反し、無効となるものと判断されます。

特に、やむを得ない事由がある場合でも中途解約できないとされている点は、「いつでも解約できる、やむを得ない事由による場合は損害賠償も要しない」とする準委任契約の規定の趣旨にも反し、消費者にとって著しく不利益であることから、本件退会制限条項が法10条違反と認めるべき大きな理由となると考えます。

ウ 解除制限条項に関する裁判例

解除制限条項について消費者契約法10条違反を認めた裁判例として、進学塾の冬期講習受講契約及び年間模試受験契約について、申込者からの解除の時期を問わず一切許さないとする解除制限約定は、準委任契約を当事者がいつでも解除することができるとする民法の規定に比し、信義誠実の原則に反して消費者の利益を一端的に害するものであり、無効である、としたものがあります（東京地裁平成15年11月10日判例時報1845号78頁）。

(3) 結論

以上のとおり、本件退会制限条項が「退会（解約）を禁止する」趣旨である場合、当該条項は消費者契約法10条に違反し、無効となるものと判断致しますので、これを削除するよう求めます。

【申入れ事項1（2）について】

(1) 本件退会制限条項が違約金の定めである場合の消費者契約法9条1号違反

本件退会制限規定が、解約を禁止する趣旨ではなく「1年以内に退会・休会した場合は、10ヶ月分の会費額から支払済の会費を引いた残額を違約金として支払う旨の約定（すなわち違約した場合の損害賠償の予約）」であるという場合について、同条項に定める違約金の金額について、消費者契約法9条1号に違反しないかが問題となります。

消費者契約法9条1号は、契約の解除に伴う違約金等の額について、「平均的損害の額」（本件契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事

業者に生ずべき平均的な損害の額) を超える部分について無効と規定しています。本件退会制限条項に基づき発生する違約金の金額は、以下のべるとおり、平均的損害を超える場合が生じることから消費者契約法9条1号に違反すると判断します。

(2) 違反すると判断する理由(違約金の金額が平均的損害を超えること)

貴社の契約では、通常の入会者は、前月5日までの申し出があればいつでも翌月以降退会できることになっています。本プランは、1年の契約継続(10ヶ月分の会費支払い)を条件に入会金と2ヶ月分の会費を割引するものですが、本プラン適用者についても、減額された入会金と2ヶ月分の会費(8000円会費の場合22000円、8000円会費の場合26000円)の支払いを受ければ通常の入会者と同じ契約条件となり、割引したことによる貴社の損害は、基本的にはカバーされることになるものと考えます。これに加えて10ヶ月間の契約継続による逸失利益(得られるはずの利益)も損害になるとしても、逸失利益とは経費を差し引いた収益部分となるはずであり、10ヶ月分の会費との差額全額が逸失利益となることはあり得ないものと思われま

具体的に見ても、本プラン適用者が入会翌月ないし2ヶ月目に退会した場合には、月6000円の場合は60000円、月8000円の場合は80000円の違約金が、入会3~5ヶ月目でも月6000円の場合は54000円~42000円、月8000円の場合は72000円~56000円の違約金が発生することになります。これらの違約金額は、本プラン適用による割引額を大きく上回ることは明らかであり、逸失利益があり得ることを考慮するとしても、平均的損害を大きく超える場合が生じるものと判断せざるを得ません。

(3) 結論

よって、本件違約金条項は、平均的損害の額を超える部分があり、消費者契約法9条1号に違反するものと判断されますので、全期間について平均的損害の額を超えないような規定に修正するよう求めます。

(4) 条項の修正内容について

本プランでも9ヶ月目以降は割引額が違約金額を上回ることになりませんが、初期の時期の退会の場合は明らかに平均的損害を超えることになるので、契約の全期間について平均的損害を超えない規定に修正するよう求めるものです。

「一定期間の退会制限(その期間分の会費を違約金とする)」という定め方をし、かつその期間が長く設定された場合、必然的に初期の解約について平均的損害を超えることになってしまうものと判断されます。このような問題を解消するためには、前記のとおり割引条件に反する途中退会の場合は、割引した入会金等を支払ってもらえば基本的には損害が回復できるはずであることを考慮頂き、前回の申入書兼照会書において紹介した適格消費者団体消費者支援ネット北海道において申入れを行ったスポーツ

ジムの事例（8ヶ月間の退会制限規定を設けていた）でも、「6か月以内に退会を希望した場合には、無料とした期間の正規の月会費を支払うことで退会できる」という内容の契約条項に改定されていること（添付資料・適格消費者団体による差止請求事例集（消費者庁）98頁、99頁）を参考にして頂くことが適切ではないかと考えますので、ご検討下さい。

【申入れ事項1（3）について】

（1）本件退会制限条項が違約金の定めである場合の消費者契約法10条違反

当該条項が、「1年以内に退会・休会した場合は、10ヶ月分の会費額から支払済の会費を引いた残額を違約金として支払う」という趣旨の定めである場合において、「病気、怪我、妊娠、転勤その他やむを得ない事由により退会・休会する場合」等が除外されていないことから、その場合でもこの規定に基づく違約金が発生することになると思われます。前記のとおり、本件退会制限条項に基づき発生する違約金は、前記のとおり平均的損害を超える場合が生じます。

それに加えて、やむを得ない事由による場合にも本件退会制限条項が適用されるとすると、以下の理由で消費者契約法10条に反するものと判断します。

（2）違反すると判断する理由

準委任契約においては、上記のとおり「当事者の一方に不利な時期に解除した場合は損害賠償が必要となるが、やむを得ない事由による場合は損害賠償を要しない」とされ、やむを得ない事由による解除についての損害賠償責任が軽減されています。本件退会制限規定は、この民法の規定に比して消費者の義務を加重するものであり、10ヶ月分の会費との差額という多額の違約金（それは時期によっては平均的損害を超えるものと判断されることは前記のとおり）を課することになる点において、信義則に反し消費者の権利を一方的に害するものであり、消費者契約法10条に違反すると判断されます。

（3）結論

よって、やむを得ない事由がある場合の解約について、本件退会制限条項を適用しないよう修正を求めます。

【申入れ事項2について】

景品表示法5条2号は「商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの（中略）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って、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もの」を有利誤認表示として禁止しています。

本プランのHP広告は、消費者にとって有利な取引条件である「入会金0円、会費2ヶ月分0円、体験無料」が極めて大きくないしは目立つように表示されている一方、当該契約に付随する不利益な条件である「2ヶ月間無料期間後10ヶ月は、退会、休会の手続きは行えません。」との注意書き（打消し表示）は極めて小さく見にくいものとなっています。

また、インスタグラム、フェイスブック、ユーチューブ上の本プランに関する広告を確認したところ、小さい字の打消し表示さえ記載されていません。

本プランに関する広告表示は、役務の販売価格について、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って、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ものとして有利誤認表示（景品表示法5条2号）にあたるものと判断されます。

貴社のHP広告表示のように、不利益条件の打消し表示の文字の大きさが有利条件の強調表示の文字の大きさに比べて著しく小さいような場合には、「打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」（添付資料・打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（消費者庁）3頁、4頁）においても、「景品表示法上問題となるおそれがある」とされていることにご留意ください。

なお、申入れ事項2は、現在の広告表示の修正だけを求めているのではなく、申入れ事項1の申入れにより条項の修正を行った上で、その内容について広告を行う場合には申入れ事項2記載のように広告表示を行うことを求めるものです。

【申入れ事項3について】

貴社の会員規約（貴社の2020年2月21日頂いた回答に添付されていたもの）第10条第4項は、「退会手続きの際に一カ月分の会費をお預かりいたします。最終決裁確認後、返金いたします。振込での返金対応は一切できませんので、ジムの方に取りに来てください。」と定めています。この契約条項は、退会の手続きに、解約の意思表示だけでなく、会費一カ月分の金銭の支払いを条件とし（1ヶ月分の会費を預けないと解約手続自体ができない）、また、最終決裁確認後に返金すると定めていることからすると、預り金とは別に、会費の支払いをさせた上で預り金の方を返金する旨の規定と判断されます（解約手続のためジムに来所を求めるものと思われそうですが、この点は規定上ははっきりしないため後記のとおり照会します）。

民法上、解約（退会）は相手方に対しその意思表示をすれば足りるところ、「退会手続きの際に1ヶ月分の会費をお預かりいたします。最終決裁確認後、返金いたします」との本件条項は、契約者にとって本来の義務ではない金銭（1ヶ月分の会費相当額、これは会費回収の担保とする趣旨と判断される）

を支払うことを、解約手続を受け付ける条件として付加した上、通常の会費の支払いも行わせる（契約者は一時的に二重払をさせられることになる）ことを定めた規定であり、消費者契約法10条前段にいう、民法の規定（原則）に比し、消費者の権利を制限ないし義務を加重する規定に該当すると考えられます。また、その制限の程度も、1ヶ月分の会費、会費との二重払いという金銭的負担に加え、これを課されること自体が消費者契約法10条違反と判断される預り金の返金を受けるためにジムに来訪しなければならない労力、時間、心理的負担を強いるというものであり、信義則に反し消費者の権利を一方的に害するものであって消費者契約法10条後段にも該当すると考えます。

よって、当該条項の削除を求めます。

第2 照会事項

1 照会の趣旨

【照会事項1】

本件退会制限条項が、「一定期間退会（解約）を禁止する」という趣旨の規定なのか、「退会・休会はできるが、1年以内に退会・休会した場合は、10ヶ月分の会費額から支払済の会費を引いた残額を違約金として支払う旨の約定（すなわち違約した場合の損害賠償の予約）」という趣旨の規定なのか、あるいは、それ以外の意味・趣旨の規定なのか、ご回答下さい。

【照会事項2】

貴社において、退会届の提出方法は、ジムへの来所による提出のみ（退会届の郵送等による手続は不可）と制限されているのでしょうか。それは、規約上どの条項によって定められているのでしょうか。

また、提出方法を来所のみ制限している場合、その理由（必要性）、及び、怪我や病気、急な事情による遠方への転居等、来所提出が困難な事情があるにも来所の方法以外は認めない扱いか否かについて、ご回答下さい。

【照会事項3】

会員規約第11条第3項は、「支払い通知を無視、拒否された場合、法的な手続きを踏んだのち、ご自宅に集金にお伺いいたします。」と規定されていますが、このような規定をおいたのはどのような理由によるのでしょうか。

また、実際に自宅に集金（訪問による請求）を行っているのか、行っていると言う場合、どのような方法・態様で行っているのかについて照会致します。

2 照会の理由

【照会事項1について】

上記のとおり本件退会制限条項が上記いずれかの趣旨の規定であるとの前提で申し入れしておりますが、異なる場合もあり得ることから、この点に関する貴社のお考えを確認致したく、照会致します。

【照会事項2について】

規約第10条第2項によれば、「退会する前月の5日までに退会届を提出すると完了します。退会届は当ジムで用意しております。」と規定されていますが、退会届の提出方法（ジムに来所提出を求めるのか、用紙を取りに来る必要があるが郵送提出等が可能なのか等）は、規定上明確ではありません。貴社にける退会届の退会手続の方法に制限があるのか、それを定めた規定について照会致します。

来所を求めているという場合、そのような取り扱いをする理由（必要性）、及び、怪我や病気、急な事情による遠方への転居等、来所提出が困難な事情があるにも郵送等は認めないのか（そうだとすると、この点についても消費者契約法10条が問題となると考えております）について照会します。

【照会事項3について】

会員規約第11条第3項は、「法的な手続きを踏んだのち、ご自宅に集金」に行くとして規定しています。法的な手続（訴訟上の請求と理解されます）を取ったような場合には、その法的な手続によって回収をすることが通常と思われるところ、さらに自宅に訪問請求を行うという規定をおいたのは、どのような理由や必要性からなのでしょう。

自宅への訪問請求は、請求の方法や態様によっては、違法な自力救済行為、人の生活の平穩を害する行為として不法行為になる可能性があります。取立行為の規制例として、貸金業規制法21条では、人を威迫することや、正当な理由がないのに午後9時から午前8時までの間の居宅訪問を行うなど、私生活の平穩を害するような言動を禁止しています。

そこで、貴社における自宅への訪問請求の方法・態様（どのような立場の人が、どのような時間帯に、どのようなやり方で行っているのか、請求を行っている時間帯等）について、ご照会致します。

以 上

打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

(実態調査報告書のまとめ)

目次

第1	はじめに	1
第2	打消し表示の表示方法について	2
1	基本的な考え方	2
2	問題となる打消し表示の表示方法	3
(1)	全ての媒体に共通して問題となる表示方法	3
(2)	紙面広告において問題となる表示方法	5
(3)	動画広告において問題となる表示方法	6
(4)	Web 広告（PC）において問題となる表示方法	13
(5)	Web 広告（スマートフォン）において問題となる表示方法	14
第3	打消し表示の表示内容について	20
1	基本的な考え方	20
2	問題となる打消し表示の表示内容	20
(1)	例外型の打消し表示	20
(2)	別条件型の打消し表示	20
(3)	追加料金型の打消し表示	21
(4)	試験条件型の打消し表示	21
第4	体験談を用いる場合の打消し表示について	22
1	体験談に関する景品表示法上の考え方	22
2	体験談を用いる場合の留意点	24

第1 はじめに

一般消費者に対して、商品・サービスの内容や取引条件について訴求するいわゆる強調表示¹は、それが事実と反するものでない限り何ら問題となるものではない。ただし、強調表示は、対象商品・サービスの全てについて、無条件、無制約に当てはまるものと一般消費者に受け止められるため、仮に例外などがあるときは、その旨の表示（いわゆる打消し表示²）を分かりやすく適切に行わなければ、その強調表示は、一般消費者に誤認され、不当表示として不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）上問題となるおそれがある。

強調表示と打消し表示との関係は、強調表示の訴求している内容が商品・サービスの実態を反映していることが原則であり、打消し表示は、強調表示だけでは一般消費者が認識できない例外条件、制約条件等がある場合に例外的に使用されるべきものである。したがって、強調表示と打消し表示とが矛盾するような場合は、一般消費者に誤認され、景品表示法上問題となるおそれがある。

また、例えば、打消し表示の文字が小さい場合や、打消し表示の配置場所が強調表示から離れている場合、打消し表示が表示されている時間が短い場合等、打消し表示の表示方法に問題がある場合、一般消費者は打消し表示に気付くことができないか、打消し表示を読み終えることができない。また、打消し表示の表示内容に問題がある場合、一般消費者は打消し表示を読んでもその内容を理解できない。

このように、打消し表示の内容を一般消費者が正しく認識できないことにより、商品・サービスの内容や取引条件について実際のもの又は競争事業者に係るもの（以下「実際のもの等」という。）よりも著しく優良又は有利であると一般消費者に誤認される場合、景品表示法上問題となるおそれがある。ここでいう「著しく」とは、当該表示の誇張の程度が、社会一般に許容される程度を超えて、一般消費者による商品・サービスの選択に影響を与える場合を指す。

そこで、(i)「打消し表示に関する実態調査」（平成28年10月～平成29年3月、平成29年7月に消費者庁において公表した「打消し表示に関する実態調査報告書」の基礎となった調査。以下「打消し表示の実態調査」

¹ 事業者が、自己の販売する商品・サービスを一般消費者に訴求する方法として、断定的表現や目立つ表現などを使って、品質等の内容や価格等の取引条件を強調した表示

² 強調表示からは一般消費者が通常は予期できない事項であって、一般消費者が商品・サービスを選択するに当たって重要な考慮要素となるものに関する表示

という。)、(ii)「スマートフォンにおける打消し表示に関する実態調査」(平成29年10月2日～平成30年2月28日。平成30年5月に消費者庁において公表した「スマートフォンにおける打消し表示に関する実態調査報告書」の基礎となった調査。)及び(iii)「広告表示に接する消費者の視線に関する実態調査」(平成29年11月30日～平成30年2月28日。平成30年6月に消費者庁において公表した「広告表示に接する消費者の視線に関する実態調査報告書」の基礎となった調査。以下「視線調査」という。)を基に、①打消し表示の表示方法、②打消し表示の表示内容及び③体験談を用いる場合の打消し表示に分けて、景品表示法上の基本的な考え方及び適切な表示に向けての留意点を示す。

第2 打消し表示の表示方法について

1 基本的な考え方

打消し表示の内容を一般消費者が正しく認識できるように適切な表示方法で表示されているか否かについては、打消し表示の文字の大きさ、配置箇所、色等から総合的に判断される。この判断に当たっては、全ての媒体に共通する要素とともに、各媒体で特徴的な要素についても留意する必要がある。

打消し表示の内容を一般消費者が正しく認識できるような適切な表示方法で表示されているか否かは以下の要素等から総合的に判断される。

〈要素〉

- ・ 打消し表示の文字の大きさ
- ・ 強調表示の文字と打消し表示の文字の大きさのバランス
- ・ 打消し表示の配置箇所
- ・ 打消し表示と背景の区別
- ・ 【動画広告】 打消し表示が含まれる画面の表示時間
- ・ 【動画広告】 音声等による表示の方法
- ・ 【動画広告】 強調表示と打消し表示が別の画面に表示されているか
- ・ 【動画広告】 複数の場面で内容の異なる複数の強調表示と打消し表示が登場するか
- ・ 【Web 広告 (PC)】 強調表示と打消し表示が1スクロール以上離れているか
- ・ 【Web 広告 (スマートフォン)】 アコーディオンパネルに打消し表示が表示されているか
- ・ 【Web 広告 (スマートフォン)】 コンバージョンボタンの配置箇所
- ・ 【Web 広告 (スマートフォン)】 スマートフォンにおける強調表示と打消

し表示の距離

- ・ 【Web 広告（スマートフォン）】スマートフォンにおける打消し表示の文字の大きさ
- ・ 【Web 広告（スマートフォン）】スマートフォンにおける打消し表示の文字とその背景の色や模様
- ・ 【Web 広告（スマートフォン）】他の画像等に注意が引きつけられるか

2 問題となる打消し表示の表示方法

(1) 全ての媒体に共通して問題となる表示方法

紙面広告、動画広告及び Web 広告（PC 及びスマートフォン）の全ての表示物について、打消し表示の内容が一般消費者に正しく認識されるためには、以下に記載している要素のそれぞれについて留意する必要がある。

ア 打消し表示の文字の大きさ

打消し表示に関する実態調査の結果を踏まえると、打消し表示の文字の大きさは、一般消費者に打消し表示が認識されない大きな理由の 1 つであると考えられる。

そのため、例えば、一般消費者が打消し表示を見落としてしまうほど文字が小さい場合、打消し表示の内容を一般消費者が正しく認識できないと考えられる。こうした表示方法により、商品・サービスの内容や取引条件について実際のもの等よりも著しく優良又は有利であると一般消費者に誤認されるときは、景品表示法上問題となるおそれがある。

○求められる表示方法

事業者が打消し表示を行う際には、一般消費者が手にとって見るような表示物なのか、鉄道の駅構内のポスター等の一般消費者が離れた場所から目にする表示物なのかなど、表示物の媒体ごとの特徴も踏まえた上で、それらの表示物を一般消費者が実際に目にする状況において適切と考えられる文字の大きさで表示する必要がある。

イ 強調表示の文字と打消し表示の文字の大きさのバランス

打消し表示は、強調表示といわば「対」の関係にあることから、強調表示と打消し表示の両方を適切に認識できるように文字の大きさのバランスに配慮する必要がある。打消し表示の文字の大きさが強調表示の文字の大きさに比べて著しく小さい場合、一般消費者は、印象の強い強調表示に注意が向き、打消し表示に気付くことができないときがあると考えられる。

そのため、例えば、打消し表示が強調表示の近くに表示されていたとしても、強調表示が大きな文字で表示されているのに対して、打消し表示が小さな文字で表示されており、強調表示を見た一般消費者が当該強調表示に対する打消し表示に気付くことができないような場合、打消し表示の内容を一般消費者が正しく認識できないと考えられる。こうした表示方法により、商品・サービスの内容や取引条件について実際のもの等よりも著しく優良又は有利であると一般消費者に誤認されるときは、景品表示法上問題となるおそれがある。

ウ 打消し表示の配置箇所

打消し表示は、一般消費者が、それが強調表示に対する打消し表示であると認識できるように表示する必要があるため、打消し表示の配置箇所は、打消し表示であると認識されるようにするための非常に重要な要素である。

打消し表示の配置箇所に問題があるか否かを判断する際は、(i)強調表示と打消し表示がどの程度離れているのかという点に加えて、(ii)強調表示と打消し表示のそれぞれの文字の大きさ等も勘案される。

そのため、例えば、打消し表示の文字の大きさが、一般消費者が見落としてしまうほど小さくない場合であったとしても、打消し表示が強調表示から離れた場所に表示されており、一般消費者が打消し表示に気付かなかつたり、打消し表示に気付いたとしても、当該打消し表示が、離れた場所に表示された強調表示に対する打消し表示であることを認識できないような場合、打消し表示の内容を一般消費者が正しく認識できないと考えられる。こうした表示方法により、商品・サービスの内容や取引条件について実際のもの等よりも著しく優良又は有利であると一般消費者に誤認されるときは、景品表示法上問題となるおそれがある。

エ 打消し表示と背景との区別

打消し表示の文字の色と背景の色が対照的でない場合（例えば、明るい水色、オレンジ色、黄色の背景に、白の文字で打消し表示を行った場合）など、打消し表示の文字と背景との区別がつきにくいような場合には、一般消費者は打消し表示に気付かないおそれがある。

打消し表示の文字と背景との区別がつきにくいかな否かを判断する際は、(i)背景の色と打消し表示の文字の色との組合せ（例えば、白の背景に、黒の文字で打消し表示を行った場合には打消し表示が目立つのに対し、打消し表示の文字の色と背景の色が対照的でない場合は打消し表