

2021(令和3)年4月27日

ツインガーデン株式会社 御中

適格消費者団体

特定非営利活動法人 埼玉消費者被害をなくす会

〒330-0064 さいたま市浦和区岸町7-11-5

TEL048-844-8972 FAX048-829-7444

理事長 池本 誠司

申入書

当会は、消費者の権利擁護を目的とし、商品、サービス及び契約に関わる調査、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・司法書士等で構成している特定非営利活動法人です。平成21年3月5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。

ところで、貴社の販売するサプリメント(商品名:B.B.B。以下「本件商品」といいます。)に関するWeb広告

(PC版公式ページ

https://lp.ec-twin.jp/bbb04_ec_ad_pc?clid=Cj0KCQjwutaCBhDfARIsAJHwnHtoP-VFczxKu4wLDgVRQ4rI2Nxf_vlamWH1dMFjSlqlv2c89-txxu4aAiDqEALw_wcB#。

スマホ版、タブレット版については、アドレス摘示を省略します。)における、本件商品のダイエット効果等を謳った表示及び定期購入コースの返金保証に関する表示について、問合せをさせていただきましたが、それに対してご回答をいただき、ありがとうございます。ご回答を受けて、別の表示についても併せて検討させていただきました結果、下記のとおり、申入れをいたします。

つきましては、本申入書に対する回答を2021年5月21日までに書面にて当会まで送付いただきますようお願いいたします。

なお、本申入書及び貴社からの回答の有無・内容等は、消費者契約法第27条に基づき、当会において公表させていただくことを念のため申し添えます。

記

第1 申入れの趣旨

本件商品の上記広告表示中、以下の表示について、使用を停止すること、又は、適切な内容に修正することを求めます。

1 本件商品の品質、規格その他の内容に関する以下の表示

- ①「100万箱出荷達成 ※1 2019年5月時点」
- ②「0.9秒に1本飲まれています! ※2 販売実績期間:2019年1月1日～1月31日」
- ③「リピート率96.7% ※ 3ヶ月後の継続者数1,664名の実績あり・・・」
- ④「プロテイン30杯分から吸収できるHMBはわずか3.5g!」
- ⑤「その差は変換効率にあります!」

2 本件商品の価格その他の取引条件に関する以下の表示

- ⑦「※ 2回目以降も25% 6,998円(税込)」
- ⑧「初めての方限定 サプリ単品通常価格9,331円が540円(税込)」

第2 申入れの理由

1 景品表示法(以下「法」といいます。)の規定

商品・サービスの品質や価格についての情報は、消費者が商品・サービスを選択する際の重要な判断材料であり消費者に正しく伝わる必要があるとの観点から、景品表示法は、商品・サービスの品質又は価格について、実際よりも著しく優良又は著しく有利であると表示することを禁止しています。

禁止される表示には、商品・サービスの品質、規格その他の内容についての不当表示(優良誤認表示。法5条1号、法30条1項1号)、商品・サービスの価格その他取引条件についての不当表示(有利誤認表示。法5条2号、法30条1項2号)及び一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示(法5条3号)があります。

本件では、優良誤認表示(法5条1号、法30条1項1号)及び有利誤認表示(法5条2号、法30条1項2号)が問題になると考えております。

2 申入れの対象となる表示の内容

(1) 本件商品の品質、規格その他の内容に関する表示(法5条1号、法30条1項1号に該当し得る表示)

貴社は、本件商品の広告において、前記第1の1に記載した表示(①ないし⑤)によって、あたかも、本件商品が一般消費者から格別の支持を受けたり(表示①ないし③)、本件商品の効能が優れていたり(表示④及び⑤)する旨表示しております。

しかしながら、本件商品について、表示①ないし⑤の裏付けとなる合理的な根拠はないと考えられます。

すなわち、表示①について、以前は、「7500万本出荷達成 ※1 2020年8月時点」と表示されておりましたが、現在は表示①のように変更されていることから、そもそも合理的根拠はないのではないかと考えられます。また、仮に、100

万箱出荷という数値が正しいとして修正されたものだとしても、1人が定期購入4か月分のみ購入したと仮定すると、その購入数は1か月1箱×定期購入4か月分＝4箱となり、100万箱を4で割ると、25万人に購入される必要があります。仮に、1人が1年間継続購入した場合でも、8万3333人に継続販売する必要があります。実際に100万箱の出荷実績がない場合には、表示①に合理的根拠がないこととなります。

また、表示②について、0.9秒に1本飲まれるためには、1か月が267万8400秒ですので、2019年1月に297万6000本飲まれたこととなります。1人1日1本飲むとすると、9万6000人が毎日飲んだこととなりますが、これについてご確認できていない場合、合理的根拠がないこととなります。なお、表示③のところで、「1,664名」と表示されていることから、毎月の新規購入者はせいぜい1700～1800人程度であることが推測され、9万6000人も的人数が2019年1月に顧客として維持されていたものではないことが推測されますし、そもそも本件商品が購入されたことと、本件商品が飲まれたことは同じではありませんので、飲まれたとの表現も妥当ではないと考えられます。

次に、表示③について、4か月の定期購入をすることが原則とされている広告ページにおいては、本件商品は3か月後にも継続購入しているのが通常のはずなので、「リピート率96.7% ※ 3ヶ月後の継続者数1,664名の実績あり・・・」との表示は適切ではないと思われます。

さらに、表示④について、そもそもプロテイン1杯分が何mlなのかの記載がなく、プロテインからHMBがどれだけ吸収されるのかが不明確な上、本件商品1本にHMBが何g含有されているかの記載もなく、比較が適切ではないと考えられます。不適切な比較を表示することによって、本件商品が他の商品等に比較して優良であると印象づけることは妥当でないと思われます。

表示⑤について、あたかも本件商品は変換効率が他の類似商品よりも優れているかのように表示しておりますが、プロテインを摂取した場合には体内でロイシンからHMBに変換されるものの、本件商品はHMBを直接摂取するものようですので、変換効率の良さを表示することによって、本件商品が他の商品等に比較して優良であると印象づけることは妥当でないと思われます。

したがって、前記各表示は、本件商品の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示すことにより、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とみなされるものであって、景品表示法5条1号及び同30条1項1号に該当するおそれがあります。

(2) 本件商品の価格その他の取引条件に関する表示

貴社は、本件商品の広告において、前記第1の2に記載した表示(⑦及び⑧)を行

うことによって、あたかも、一般消費者が、特段の条件なしに、初めての購入であれば、通常価格9,331円の本件商品を540円で購入できるかのように表示(表示⑧)したり、2回目以降も25%('off'が抜けただけかと思われまますので、修正をお願いいたします。)の6,998円(税込)」で購入できるかのように表示(表示⑦)したりしています(以下、このような表示を「強調表示」といいます。)

しかしながら、実際には、上記価格で購入できるのは、4回(4か月)以上の継続利用を約束する定期購入(トクトクモニターコースに加入)することも条件とされています。

この点、定期購入することも条件であることは、表示⑧の下に記載されたり、広告ページの他の箇所にも記載されたりしているものの(このような表示を「打消し表示」といいます。)、表示⑧の下に記載されているものについては、特にスマートフォンで閲覧した場合には拡大表示させないと判読できず、判読可能な程度に拡大すると定期購入の条件を一覧表示できないため、正確に理解することが困難です。また、打消し表示が強調表示から離れた場所に記載されているものについては、強調表示との関連性が表示上希薄となり、必ずしも強調表示を打ち消す表示とは認識できないと思われまます。

そのため、このような打消し表示の仕方では、一般消費者からみて、特段の条件なしに、初めての購入であれば通常価格9,331円のところを540円で購入できるかのように誤認してしまう可能性が高いと考えられます。

したがって、一般消費者が、特段の条件なしに、初めての購入であれば540円で購入できるかのように強調表示したり(表示⑧)、2回目以降も6,998円(税込)」で購入できるかのように強調表示したり(表示⑦)された価格は、実際には存在せず、通常価格と比較されるべき販売価格として十分な根拠のあるものとは認められず、実際のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認される表示として、景品表示法5条2号、同30条1項2号に該当するおそれがあります。

なお、「解約は5回目以降から、次回発送日の7日前までにてお手続きが可能です。」(表示⑨)とされているとおり、4回目以降も原則として定期購入が継続してしまうようですが、かかる表示が小さく、また、記載内容も明確とはいえないため、一般消費者にも理解しやすい表現に修正していただけますようお願いいたします。

また、「7回目以降はサブリのみのお届けとなります。」(表示⑩)との表示についても、その意味するところが不明確ですので、こちらも一般消費者にも理解しやすい表現に修正していただけますようお願いいたします。

第3 結論

以上より、貴社におかれては、第1の1ないし3の各表示の使用を停止いただいた上、適切な内容に変更するよう申し入れます。

以上

<本件に関する問い合わせ>

適格消費者団体

特定非営利活動法人 埼玉消費者被害をなくす会

事務局 吉川、清水

TEL:048-844-8972/FAX:048-829-7444