

2021年12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



## 再々申入書

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

(スマホ版公式ページ [https://lp.tg-shop.jp/bbb04\\_tg\\_djm\\_you01?gclid=CjwKCAjww-](https://lp.tg-shop.jp/bbb04_tg_djm_you01?gclid=CjwKCAjww-CGBhALEiwAQzWx0iSQ-)

[oL5zlyE6WmIvTn1Qmh2F9vM61xaYtDTCmouZPdSWIYAw9y0yRoCl0MQAvD\\_BwE#](https://lp.tg-shop.jp/bbb04_tg_djm_you01?gclid=CjwKCAjww-CGBhALEiwAQzWx0iSQ-oL5zlyE6WmIvTn1Qmh2F9vM61xaYtDTCmouZPdSWIYAw9y0yRoCl0MQAvD_BwE#)

PC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、本件商品に関する下記第1記載の表示について、申入れ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。

ご回答を受けて検討させていただいた結果、再度、同内容の申入れをいたします。

つきましては、本書面到着後2週間以内に、本申入れに対する回答を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、本件商品の品質、規格その他の内容に関する以下の表示(表示ア)及び本件商品の価格その他の取引条件に関する以下の表示(表示イないしエ)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表示について

ア「リピート率 96.7% ※ 3ヶ月後の継続者数 1,664 名の実績あり…」

#### 2 トクトクモニターコースに係る表示について

イ「※ 2回目以降も 25% 6,998 円(税込)」

ウ「初めての方限定 サプリ単品通常価格 9,331 円が 540 円(税込)」

#### 3 安心の 20 日間全額返金保証に係る表示について

エ「20 日間返金保証」

### 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。

表示アは優良誤認表示(法 5 条 1 号、法 30 条 1 項 1 号)が、表示イないしエは有利誤認表示(法 5 条 2 号、法 30 条 1 項 2 号)が、それぞれ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と申入れの理由

##### (1) 本件商品の品質、規格その他の内容に関する表示について

貴社からは、令和 3 年 6 月 4 日付け回答書において、リピート率について、やむを得ない状況(例：20 日間返金保証の利用、未成年取消し、破産等)により解約となった会員を除く 3 か月後の会員について、「リピート頂いた」と表現している旨、ご回答をいただきました。その後、当会からの再申入れに対し、令和 3 年 10

月1日付け回答書において、購入者は定期購入であることを認識して購入しており、毎月定期的に繰り返し受け取る「リピート」という表現が成り立つ旨、ご回答をいただきました。

しかしながら、当会が問題としているのは、リピートすることが義務付けられている定期購入において、リピート率という表示を用いると、あたかもリピートしないことができるものについてリピートしたと受け取られかねない(すなわち、多くの消費者がリピートしたくなるほど、優れた商品だという印象を与える)という点にあります。貴社も認めるとおり、途中で離脱できるのは、未成年取消しをした等の例外的場合であり、それ以外は定期購入を継続せざるを得ないのであって、それについてリピートという表示を用いるのは適切ではないと考えております。

したがって、表示Aは、実際には、4か月の定期購入の契約者のうち、3か月後までに解約せずに残った人数の割合が96.7パーセントであるにすぎないのに、あたかも、定期購入を再度継続したり、定期購入後再度1回購入したりする率が96.7パーセントあるかのように表示しており、かかる表示は、購入者のほとんどが追加購入したり、定期購入を継続したりするほど本件商品が優れたもの、又は魅力のあるものであると思わせる表示であって、実際のものよりも著しく優良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1号、同30条1項1号に該当するおそれがあります。

## (2) トクトクモニターコースに係る表示について

貴社から、令和3年10月1日付け回答書において、打消し表示を見やすく修正する旨のご回答をいただき、回答書記載のとおり修正されていることを確認させていただきました。

しかしながら、変更後の表示を見ても、特にスマートフォンでは打消し表示の大きさが小さすぎて、強調表示から受ける印象を打ち消しているとはいえないと思われます。また、スマートフォンで表示を拡大すると、打消し表示部分が自動改行されず一覧性が損なわれてしまいます。

さらに、タレントの優木まおみさんを起用したWebページにおいては、PCで閲覧するとポップアップ広告が現れるところ、その中の安さを強調する表示は目立つものの、打消し表示はPCで見ても小さすぎて判読できません。

この修正(又はWebページ内に現れるポップアップ広告)のままでは、実際の内容を示すための打消し表示が不十分である以上、強調表示は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。

貴社も、太字、色文字、強調表示、文字のサイズ等について、視認性を確認しながら修正していただける旨、ご回答しておりますので、上記の点について、ご修正をお願いいたします。

## (3) 安心の20日間全額返金保証に係る表示について

貴社から、令和3年10月1日付け回答書において、返品特約ガイドラインに従って修正する旨のご回答をいただき、回答書記載のとおり修正されていることを確認させていただきました。

しかしながら、追記された表示をみても、一般消費者は、毎月自動お届けコースに初めて申し込んだ場合であること、初回（定期1回目）購入であること、10日以上使用し商品到着日から20日以内に申請すること、という条件さえ満たせば、開封後・全て飲用済みでも全額返金されると考えるのが自然です。これでは、「20日間全額返金保証」と大きな活字で強調する表示がある一方で、これを受けるためには極めて制限的な条件があること（まず、カスタマーサポートに電話をし、専用Webフォームで申込みをしなければならず、その後貴社から送信されるメールに記載される返品先住所に、使用済みのサプリメント（パッケージを含む）、「お買い上げ明細書」等を返品しなければならず、全てがそろわないと返金保証の対象外になってしまうこと。）が分からず、適切な打消し表示になっていないといわざるを得ません。

また、「詳しくはこちら」とだけ表示されたボタンがありますが、「20日間全額返金保証」との表示との間に様々な記述があるため、そのボタンの表示からは、全額返金を受けるための条件があることは想定することが困難です。そして、そのボタンをクリックすると、返金条件を記載した画面に遷移して20日間返金保証を受けるための条件が記載されていますが、そのうち、特に「4. ご利用済みのサプリメント（パッケージを含む）・お買い上げ明細書をご返品してください。」とされている部分については、仮に、個包装のパッケージを一部でも捨ててしまったら返金保証を受けられないという趣旨であれば、そのことを打消し表示として強調表示と近接した場所に記載するなどしなければ、そのような条件があることを一般消費者は正しく認識できないと思われま

す。この修正のままでは、実際の内容を示すための打消し表示が不十分である以上、強調表示は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。

したがって、消費者にとって一義的に明確になるよう、修正をお願いいたします。

### 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(表示アないしエ)の使用を停止し、又は、適切な内容に修正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

特定費非営利活動法人 埼玉消費者被害をなくす会

事務局 加藤

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