

2023（令和5）年7月3日

株式会社 HappyLifeBio 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、サービスおよ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表示使用に対し、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。

貴社の販売している「ハダキララ」に関するインターネット広告について、当会からの令和4年11月8日付お問合せに対し、令和4年12月7日付にてご回答（以下「本件回答」といいます。）を下さいましてありがとうございました。貴社からのご回答を踏まえ、下記のとおり申し入れをいたします。

つきましては、本申し入れに対する回答を、令和5年7月31日までに、書面にて当会まで送付いただけ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・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

#### 第一 申し入れの趣旨

「ハダキララ」に関する次のインターネット広告（以下「本件広告」といいます。）のうち、以下の表示について、また、貴社のホームページに掲載の「ご利用規約」（以下「本件ご利用規約」といいます。）のうち、以下の条項について、その使用を取り止めるか、又は内容を修正されるよう申し入れます。

#### 【広告URL】

[https://lp.hlb.jp/hadakirara?from=happylifebio.co.jp\\_top&locale=ja&order\\_form=normal\\_chatbot&pattern=redesign\\_new&flash\\_guid=d73e8261-ea88-4da7-8505-546ca6252c5c](https://lp.hlb.jp/hadakirara?from=happylifebio.co.jp_top&locale=ja&order_form=normal_chatbot&pattern=redesign_new&flash_guid=d73e8261-ea88-4da7-8505-546ca6252c5c)

#### 【申し入れ対象の表示】

- ① 「再調合無料」(以下「広告表示①」といいます。)
- ② 「肌荒れ対策に関する満足度 92.4%」、「総合満足度 97.3%」、「リピート率 96%」、「最高峰の技術」(以下「広告表示②」といいます。)
- ③ 「2018年、2019年『Poco'ce』ベスト・ビューティーアワード第1位」(以下「広告表示③」といいます。)
- ④ 「Web限定」、「約1ヶ月分通常価格 12,000円(税込)」、「初回価格 1,980円(税込)」、「83%OFF」、「2回目以降も約 34% OFF 7,980円(税込)」(以下「広告表示④」といいます。)
- ⑤ 「注文したのは・・・ハダキララ1本だけなのに追加料金0円でこんなにたくさん届いた!!」(以下「広告表示⑤」といいます。)
- ⑥ 「嬉しいお声がたくさん届いています!」(以下「広告表示⑥」といいます。)
- ⑦ 「ヒト幹細胞保湿ジェル 10日分無料プレゼント!」(以下「広告表示⑦」といいます。)
- ⑧ 「初回注文時点(2回目の定期便商品のお受け取り前)において、2回目の注文を休止・停止される際は初回の商品発送日から13日目よりマイページ・お問い合わせフォーム・メール・LINE・電話にて受け付けております。」(以下「広告表示⑧」といいます。)
- ⑨ 「休止・停止を行うためにはポイントを『ハダキララ』モールにて全てお使いいただき、残が無いようにしていただく必要がございます。ポイント残があり、『ハダキララ』モールでポイントを使うことをご希望されない場合は、ポイント消滅請求によりポイントを消滅させてから解約手続きに入ることが可能です。」(以下「広告表示⑨」といいます。)

**【ご利用規約URL】**

<https://www.happylifebio.co.jp/company/customerterm.html>

**【申入れ対象の条項】**

第2条3項(3)、第5条2項、第7条9号、第10条、第11条、第12条、第14条、第16条、第18条

**第二 申し入れの理由**

**1 広告表示①について**

本件回答書3頁におきまして、「お客様が混乱しないように、商品の納品書には、必ず下記のような記載を入れております。」とし、「※製品名表記に関するご注意」文章が記載されておりますが、本記載からは、「『マイ・ハダキララ』調合サービス」という名目で代金を請求している理由が不分明となっており、「再調合無料」と広告表示されているにもかかわらず、あた

かも調合サービスにかかる費用が発生しているものと、消費者を誤認させるおそれがあります。

したがって、「再調合無料」及び『マイ・ハダキアラ』調合サービス』との表示につき、その使用を取り止めるか、又は消費者を誤認させない表示に修正されるよう申し入れます。

## 2 広告表示②について

本件回答書4頁におきまして、「最高峰の技術」との表示を用いる理由が記載されておりますが、「※1 ハッピーライフバイオカテゴリにおいて」との注記だけでは、どのような調査結果を根拠とした表示であるのか不分明であり、また、「最高峰の技術」と表示された文字の大きさに比べ、当該注記が著しく小さい文字となっており、あたかも他社の製品と比較した場合においても「最高峰の技術」が用いられているものと、消費者を誤認させるおそれがあります。

したがって、「最高峰の技術」との表示につき、不当景品類及び不当表示防止法5条1号に抵触するものと思料いたしますので、その使用を取り止めるか、又は消費者を誤認させない表示に修正されるよう申し入れます。

なお、「肌荒れ対策に関する満足度 92.4%」、「総合満足度 97.3%」との表示につきましては、アンケートによる調査結果を踏まえての表示であるとされておりますが、アンケートの配布数及び有効回答数をお教えください。

また、「リピート率 96%」との表示につきましては、「28 日後に 2 回目の商品発送が行われるため、その商品発送をもってリピート購入したとみなす。」(本件回答書4頁)等とされていることからすると、解約期間や解約方法等の解約できる条件が限定されているうえ、解約しない限り、自動的に商品が発送されているにもかかわらず、当該表示からは、あたかも消費者の 96%が商品の購入に満足し、多数回にわたって購入しているものと、消費者を誤認させるおそれがあります。

したがって、「リピート率 96%」との表示につき、不当景品類及び不当表示防止法5条1号に抵触するものと思料いたしますので、その使用を取り止めるか、又は消費者を誤認させない表示に修正されるよう申し入れます。

## 3 広告表示③について

本件回答書5頁におきまして、「第1位」との表示を用いる理由が記載されておりますが、フリーマガジンの『Poco'ce』(2019年6月号(次のURLから参照。))においては、複数の製品が「ベスト・ビューティーアワード」を受賞しており、これらの製品に優劣は付けられていないうえ、受賞の根拠となる調査方法等も明示されておられません。

したがって、「第1位」との表示につき、不当景品類及び不当表示防止法5条1号に抵触するものと思料いたしますので、その使用を取り止めるか、

又は消費者を誤認させない表示に修正されるよう申し入れます。

【参照URL】

<https://pococe.presspad.store/read/30586>

4 広告表示④について

本件回答書6頁におきまして、Amazonというインターネットモールでの販売価格を比較対照価格とし、当該価格を貴社の直販Webページにおいて通常価格として表示している旨の回答がなされておりますが、貴社の直販Webページからは、何をもって通常価格としているのか不分明であり、消費者の購入条件によって異なる販売価格となっているにもかかわらず、あたかも製品の販売価格それ自体が安くなっているものと、消費者を誤認させるおそれがあります。

また、消費者の購入条件によって異なる販売価格を設け、一方の価格を通常価格として表示する場合、当該価格での購入者がほとんど存在しないときは、実際の取引条件よりも著しく有利であると、消費者を誤認させるおそれがあります。

したがって、広告表示④について、不当景品類及び不当表示防止法5条2号に抵触するものと思料いたしますので、その使用を取り止めるか、又は消費者を誤認させない表示に修正されるよう申し入れます。

5 広告表示⑤について

本件回答書7頁以下におきまして、当会にてお問合せしました内容とは異なり、「パターン数が膨大過ぎる」ことを理由に、「パターン数の組み合わせ」について、回答をいただいておりますが、「こんなにたくさん届いた！！」等の広告表示を用いた場合、消費者としては、あたかも本件広告に掲載の非売品の数（又はこれに近似する数）を無償で受け取れるものとの印象を受けるところであり、貴社において、無償提供した非売品の数及びその内容を把握していない場合、消費者を誤認させるおそれがあります。

したがって、広告表示⑤について、「こんなにたくさん届いた！！」と表示する根拠をお教えてください。

6 広告表示⑥について

本件回答書9頁以下におきまして、消費者の体験談を掲載するにあたり、貴社が行った調査の方法及びその結果の内容が記載されておりますが、本件広告からは、当該調査の方法及び結果が不分明になっております。

この点、体験談を広告表示に用いる場合、消費者の誤認を招かないようにするため、「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。」  
(消費者庁『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)』24頁より引用)とされております。

また、本件広告中の体験談には、「写真はイメージです。」などの注記が記載されているものの、体験談が記載された文字の大きさに比べ、当該注記が著しく小さい文字となっており、一見して消費者の気が付きにくい記載となっております。

したがって、広告表示⑥及び本件広告中の体験談の掲載について、不当景品類及び不当表示防止法5条1号に抵触するものと思料いたしますので、その使用を取り止めるか、又は消費者を誤認させない表示に修正されるよう申し入れます。

#### 7 広告表示⑦について

広告表示⑦では、「初回9大特典」の一つとして、「ヒト幹細胞保湿ジェル 10日分無料プレゼント!」との記載がありますが、本件「ヒト幹細胞保湿ジェル」が発送される時期(初回注文時の商品と同梱にて発送される又は2回目注文時の商品と同梱にて発送されるなど)について、お教えください。

#### 8 広告表示⑧について

広告表示⑧では、「マイページ・お問い合わせフォーム・メール・LINE・電話」により、注文の休止・停止を受け付けるとされており、また、本件回答書16頁では、「実際には、お手紙などで解約の意思を示された場合であっても、解約に関する判定および手続きを行っております。」と記載されている一方、貴社の本件ご利用規約では、第14条の「【休止・解約(ハダキララ定期コースの場合)】」において、「FAXやお手紙での休止・解約受付は行っていないので、ご了承ください。」、「休止・解約のご連絡についても、必ずお問い合わせフォームより理由を添えてご連絡ください。」と記載されております。

この点、民法540条1項では、契約の解除は相手方に対する意思表示によって行うとされており、意思表示の方法については、何らの制約もなされていないところ、貴社において、手紙などであっても、解約の意思表示を受け付ける旨を本件広告において明示しない理由をお教えください。

また、特定商取引法11条及び12条の6第1項では、広告又は特定申込の手続が表示される映像面において、解除に関する事項を表示しなければならないとされており、同条2項では、不実の表示が禁止されているところ、本件ご利用規約第14条では、広告表示⑧と異なり、休止・解約の方法がお問い合わせフォームからのご連絡に限定されることになるため、広告表示⑧及び本件ご利用規約第14条は、特定商取引法11条及び12条の6に抵触するものと思料いたしますので、消費者を誤認させない表示



に修正されるよう申し入れます。

また、本件ご利用規約14条の【休止・解約（ハダキララ定期コースの場合）】においては、「休止と解約は同意義と定義しています。」と記載されておりますが、同意義であるにもかかわらず、複数の用語を使用する場合、消費者に無用の混乱を引き起こす恐れがございますので、その使用を取り止めるか、又は消費者を誤認させない表示に修正されるよう申し入れます。

なお、広告表示⑧では、「初回注文時点（2回目の定期便商品のお受け取り前）において、2回目の注文を休止・停止される際は初回の商品発送日から13日目より」受け付けるとされており、また、本件ご利用規約14条の「【休止・解約（ハダキララ定期コースの場合）】」においては、「初回の商品発送日から12日間は本気でお試しいただければと思っております。」と記載されておりますが、期間の定めのない継続的契約の場合、期間の定めのある契約と比較し、消費者の解約権を保障する必要性が高まるどころ、初回の商品発送日の13日目より、注文の休止・停止を受け付けるとしている理由、及び「休止」と「停止」とでどのような違いが生じるのかをお教えください。

#### 9 広告表示⑨について

広告表示⑨では、「休止・停止を行うためにはポイントを『ハダキララ』モールにて全てお使いいただき、残が無いようにしていただく必要がございます。」と記載されておりますが、契約を休止・停止するにあたり、ポイントの残が無いようにすることを条件としている理由、及び広告表示⑨の「ポイント残があり、『ハダキララ』モールでポイントを使うことをご希望されない場合は、ポイント消滅請求によりポイントを消滅させてから解約手続きに入ることが可能です。」との記載について、ポイント消滅請求を行うための方法をお教えください。

#### 10 広告表示⑤、⑧及び⑨について

本件ご利用規約14条の「【休止・解約（ハダキララ定期コースの場合）】」においては、「次回の『ハダキララ』と同封して発送するアイテム商品（有料商品、無料商品問わず）が存在している場合は、次回の『ハダキララ』のお受け取り後に解約可能となります。」と記載されております。

この点、本件回答書18頁によれば、消費者がアンケートに回答した場合や無料で付与されたポイントを使用して商品を注文した場合などに「アイテム商品」が発送されることになり、「次回の『ハダキララ』のお受け取り後」でなければ、契約を解約することができないこととなります。

また、消費者が「肌質診断」に答えた場合、非売品アイテムが無料で提供されることになるため、このような場合においても、「次回の『ハダキララ』のお受け取り後」でなければ、契約を解約することができなくなるも

のと解されます。

しかしながら、本件広告では、「肌質診断」や非売品アイテムの無償提供に関する広告表示がなされている箇所（広告表示⑤など）及び「ご注文内容（最終確認画面）」（広告表示⑧及び⑨）においても、「次回の『ハダキララ』と同封して発送するアイテム商品（有料商品、無料商品問わず）が存在している場合」は、「次回の『ハダキララ』のお受け取り後」でなければ契約を解約することができなくなる旨の記載がなく、無料商品の申込みにより解約時期が制限されるにもかかわらず、あたかも何らのデメリットもなく無料商品を受け取れるものと、消費者を誤認させるおそれがあります。

加えて、本件ご利用規約18条において、「ご購入後に『肌質診断』をご依頼させていただきますが、ご回答いただけない場合は、商品を発送できない場合がございます」とされていることから、消費者は、商品を受領するためには「肌質診断」に回答せざるをえず、「肌質診断」に回答した結果、無料商品が提供されることになるため、消費者の意図することなく、解約できない状況に陥ることとなります。

したがって、本件広告は、不当景品類及び不当表示防止法5条2号並びに特定商取引法11条及び12条の6第1項に抵触するものと思料いたしますので、消費者を誤認させない表示に修正されるよう申し入れます。

また、本件ご利用規約18条は、事実上、消費者に「肌質診断」への回答を強制し、消費者による解約を阻害する条項であり、一般的な法理に照らし、消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重する条項であって、信義則に反して消費者の利益を一方的に害することとなり、消費者契約法10条に抵触するものと思料いたしますので、その使用を取り止めるか、又は内容を修正されるよう申し入れます。

なお、本件ご利用規約14条において、「次回の『ハダキララ』と同封して発送するアイテム商品（有料商品、無料商品問わず）」を受け取り後でなければ解約を認めないこととしている理由をお教えてください。

#### 11 本件ご利用規約について

- (1) 本件ご利用規約2条3項(3)では、「パスワードを用いて当社に対して行われた意思表示は、会員本人の意思表示とみなし、そのために生じる支払等はすべて会員の責任となります。」と記載されておりますが、この場合、貴社の過失などによりパスワードが漏洩したケースにおいても、貴社は何らの責任を負わないこととなります。

また、本件ご利用規約11条では、「会員が本規約で禁止されている事項（第7条など）に違反したことによって生じた損害については、当社は一切責任を負いません。」と記載されておりますが、この場合、損害の発生又は拡大について、貴社に帰責事由があったとしても、貴社は何らの責任を負わないこととなります。

しかしながら、消費者契約法8条1項1号及び3号によれば、事業者の債務不履行などにより消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除する条項は、無効であるとされております。

したがって、本件ご利用規約2条3項(3)及び11条は、消費者契約法8条1項1号及び3号に抵触するものと思料いたしますので、その使用を取り止めるか、又は内容を修正されるよう申し入れます。

- (2) 本件ご利用規約5条2項では、「会員が、以下の各号に定める行為をしたときは、これにより当社が被った損害を賠償する責任を負います。」と記載されておりますが、この場合、損害の発生について、消費者に故意がなく、無過失であったときであっても、消費者は、損害を賠償する責任を負うこととなります。

しかしながら、民法415条では債務者に帰責事由があること、また、同法709条では加害者に故意又は過失があることが、損害賠償の責任が発生するための要件であるとされており、消費者契約法10条では、消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重する条項であって、信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものは、無効であるとされております。

したがって、本件ご利用規約5条2項は、消費者契約法10条に抵触するものと思料いたしますので、その使用を取り止めるか、又は内容を修正されるよう申し入れます。

- (3) 本件ご利用規約7条では、「本サービスの利用に際して、会員に対し次の各号の行為を行うことを禁止します。」とし、同条9号において「その他当社が不適切と判断すること」と記載されており、また、本件ご利用規約11条では、「会員が本規約で禁止されている事項（第7条など）に違反したことによって生じた損害については、当社は一切責任を負いません。」と記載されておりますが、この場合、貴社の過失などにより損害が発生したときでも、貴社が会員による不適切な行為が原因であると判断すれば、貴社は何らの責任を負わないこととなります。

しかしながら、消費者契約法8条1項1号及び3号によれば、事業者の債務不履行などにより消費者に生じた損害を賠償する責任について、その有無を決定する権限を事業者に付与する条項は、無効であるとされております。

したがって、本件ご利用規約7条9号及び11条は、消費者契約法8条1項1号及び3号に抵触するものと思料いたしますので、その使用を取り止めるか、又は内容を修正されるよう申し入れます。

- (4) 本件ご利用規約10条では、「当社は、その判断によりサービスの全部または一部を事前の通知なく、適宜変更・廃止できるものとします。」と記載されておりますが、この場合、サービスの変更・廃止が消費者に不利益を与えるものであり、変更等することの合理性が乏しい場合であっても、



貴社は任意にサービスの変更・廃止をすることができることとなります。

しかしながら、民法522条では、契約は当事者の合意により成立するとされており、契約の変更もまた、これと同様の取扱いとなるものと解し得るところであり、また、消費者契約法10条では、消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重する条項であって、信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものは、無効であるとされており。

したがって、本件ご利用規約10条は、消費者契約法10条に抵触するものと思料いたしますので、その使用を取り止めるか、又は内容を修正されるよう申し入れます。

- (5) 本件ご利用規約12条では、「当社は、本規約を任意に改定できるものとし、また、当社において本規約を補充する規約(以下「補充規約」といいます)を定めることができます。」と記載されておりますが、この場合、ご利用規約の改定が消費者に不利益を与えるものであり、改定することの合理性が乏しい場合であっても、貴社は任意に本件ご利用規約を改定することができることとなります。

しかしながら、民法584条の4第1項では、定型約款を変更する場合、相手方の一般の利益に適合するときや、定型約款の変更が合理的であるときなどの要件が定められており、また、消費者契約法10条では、消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重する条項であって、信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものは、無効であるとされており。

したがって、本件ご利用規約12条は、消費者契約法10条に抵触するものと思料いたしますので、その使用を取り止めるか、又は内容を修正されるよう申し入れます。

なお、本件ご利用規約12条では、「本規約の改定または補充は、改定後の本規約または補充規約を当社所定のサイトに掲示したときにその効力を生じるものとします。」と記載されておりますが、民法584条の4第3項では、定型約款の変更が相手方の一般の利益に適合するときを除き、定型約款の変更は、効力発生時期が到来する前にその内容等を周知しなければならず、同項は強行規定であると解されていますので、その使用を取り止めるか、又は内容を修正されるよう申し入れます。

- (6) 本件ご利用規約16条では、未成年者が取消権を行使する場合、「必ず親権者様、または後見人様より HappyLifeBio お客様センターまでお問い合わせフォームよりご連絡ください。」と記載されております。

しかしながら、民法5条2項では、未成年者は、親権者や後見人の同意なく契約を取り消すことができるものとされており、同項は強行規定であると解されますので、その使用を取り止めるか、又は内容を修正されるよう申し入れます。

以上

《本件に関する問い合わせ先》

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 加藤、清水

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