

2021年9月7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



再 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-CGBhALEiwAQzWxOisQ-](https://lp.tg-shop.jp/bbb04_tg_djm_you01?gclid=CjwKCAjww-CGBhALEiwAQzWxOisQ-oL5zlyE6WmIvTn1Qmh2F9vM61xaYtDTCmouZPdSWIYAw9y0yRoCl0MQAvD_BwE#)

[oL5zlyE6WmIvTn1Qmh2F9vM61xaYtDTCmouZPdSWIYAw9y0yRoCl0MQAvD_BwE#](https://lp.tg-shop.jp/bbb04_tg_djm_you01?gclid=CjwKCAjww-CGBhALEiwAQzWxOisQ-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、本件商品の品質、規格その他の内容に関する表示(表示①ないし⑤)及び本件商品の価格その他の取引条件に関する表示(表示⑦及び⑧)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、表示①、②、④及び⑤につきましては終了とさせていただきますが、表示③(本申入書では表示①とします。)、⑦(同じく表示②とします。)及び⑧(同じく表示③とします。)については、下記のとおり、再度申入れをいたします。また、合わせて、以前お問合せさせていただきました表示④(下記第1の3)について、新たに申入れをさせていただきます。

つきましては、本申入書に対する回答を2021年9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、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①)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②ないし④)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

①「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

②「※ 2回目以降も25% 6,998円(税込)」

③「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

④「20日間返金保証」

第2 申入れの理由

1 景品表示法(以下「法」ということがあります。)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①は優良誤認表示(法5条2号、法30条1項2号)が、表示②ないし④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、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。

しかしながら、「リピート」とは「繰り返す」ことを意味するところ、それを本件商品の購入に当てはめれば、定期購入でない場合は、1回目の購入後に再度購入することを指し、定期購入の場合は、定期購入を再度申し込んだり、定期購入を更新したり、又は定期購入の後に1回分を購入したりすることを指すはずです。

これに対し、4か月の定期購入をした消費者が通常3か月後にも会員であることは明白であるし、3か月经過時に4か月目の購入についての意思表示を何らしていない以上、3か月利用していることをもってリピートと表現することは、リピートの通常の意味とはだいぶ異なる表現であると言わざるを得ません。

したがって、表示①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

貴社は、別のECサイトにて、通常価格9,331円で販売しているため、二重価格表示は可能である旨ご回答されておりますが、本件は、二重価格表示の可否が問題となるのではなく、強調表示で表示された価格で購入するためには、定期購入という条件があるにもかかわらず、その打消し表示が不十分であるため、一般消費者を、特段の条件なしに初回お試し価格で購入できる(そして2回目以降は購入しないこともできる)と誤認させて定期購入をさせる点が問題となります。

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②及び③、すなわち、「モニター」というコース名のもと、1回目の購入価格を「540円」と極大の文字ポイントで表示し、さらに、2回目以降の価格も25%OFFの6,998円であるかのように大きな文字ポイントで表示することによって、あたかも、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、かつ、使用してみて気に入らなければそれ以上の購入を強制されないかのように表示(表示③)したり、2回目以降購入する場合には25%の6,998円(税込)で購入できるかのように表示(表示②)したりしています(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)をし、4回分の合計2万1534円の支払をすることが条件とされています。

この点、定期購入をすることが条件であることは、表示③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③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、スクロールを繰り返さないと表示されず、強調表示との関連性が表示上希薄となるほか、見落とす可能性も高く、一般消費者が必ずしも強調表示を打ち消す表示だとは認識できないと思われま

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、かつ、使用してみて気に入らなければそれ以上の購入を強制されない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、かつ、使用してみて気に入らなければそれ以上の購入を強制されないかのように強調表示したり(表示③)、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②)された価格は、実際には存在せず、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、強調表示として示された価格は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、前回の申入れでもお願いしましたが、「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。」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言い難いため、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。

加えて、「7回目以降はサプリのみのお届けとなります。」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。

(3) 安心の20日間全額返金保証に係る表示について

貴社は、本件商品の広告において、前記第1の3に記載した表示をし、それと近接した位置に「初めての方にも安心して頂きたいから」、「商品力に自信があるため、万が一ご実感いただけなかった場合、商品到着日から20日以内の申請で『開封後・全て飲用済み』でも全額返金いたします」等の表示にすることによって、あたかも、20日以内に申請すれば、その他特段の条件なしに、全額返金を受けられるかのように表示しています(強調表示)。

しかしながら、実際には、20日間返金保証を受けるためには、返金保証規約内の「20日間返金保証について」欄に記載された手順を踏む必要があります。

20日間返金保証を受けるための条件は、強調表示自体からは明らかではなく、「詳しくはこちら」のボタンをクリックするか、WEBページ一番下の「返金保証規約」ボタンをクリックするなどしないと、把握できません。このような表示の仕方では、一般消費者が見落とす可能性も高く、一般消費者にとって必ずしも強調表示を打ち消す表示だとは認識できないと思われま

す。しかも、20日間返金保証を受けるための条件のうち、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

第3 結論

以上より、貴社におかれては、第1の1及び2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ことを申し入れます。

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 吉川、加藤

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