

2025(令和7)年5月7日

株式会社ハーブ健康本舗 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

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

E-mail nakusukai.01@saitama-k.com

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。

当会では一般消費者と事業者との間で締結される消費者契約につき、消費者の権利擁護の観点から、広告表示、勧誘方法及び契約条項等についての検討を行っております。

貴社が提供する「ヒザこし万歳PREMIUM (プレミアム)」(以下本件商品という。)につき、当会から貴社に対し、2025年1月9日付「お問合せ」により、本件商品に関する問合せをさせて頂き、貴社より、2025年1月28日に当会に到達した「お問い合わせに関する回答書」によりご回答を頂きました(以下「貴社ご回答」といいます。)

この度、「貴社ご回答」を踏まえて、下記のとおり、申入れをさせて頂きます。

つきましては、本申入書に対するご回答(申入れを拒否される場合にはその理由も)を、2025年5月28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ご回答の有無・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

第一 申入れの趣旨

本件商品に関する次のインターネット広告のうち、以下の表示について、その使用を取り止めるか、又は内容を修正されるよう申入れます。

【広告URL】

https://www.sukkiri-life.com/lp/hk-n_bot/s104_xu/?sci_campaign=14519

【申入れ対象の表示】

- ①「日本唯一の軟骨成分配合」（以下「広告表示①」といいます。）
- ②「通常価格6,280円税込・・・が、何と今なら!」,「クーポン適用で定期初回特別価格1,980円税込」（以下「広告表示②」といいます。）
- ③「2回目以降も特別価格1ヶ月あたり4,980円（税込）」（以下「広告表示③」といいます。）
- ④「ヒザ 腰 歩み その3大悩みの根本原因は関節軟骨の減少です」（以下「広告表示④」といいます。）
- ⑤「いつまでも自分の力で歩みたい!」,「趣味や運動も思いのまま!」,「たくさん動く孫とも遊べる!」（以下「広告表示⑤」といいます。）

第二 申入れの理由

1 広告表示①について

「貴社ご回答」では、「膝の可動性、膝と腰の違和感の軽減、歩行のサポート機能のすべてで届け出をしている軟骨由来の機能性関与成分は、現状非変性Ⅱ型コラーゲン（3.2mg/日）のみになります。」とされています。

この点、消費者庁に届け出られた機能性表示食品のうち、軟骨由来の機能性関与成分を有し、かつ、膝の可動性等に機能することが「日本唯一」と強調する根拠であると考えられます。

しかしながら、広告表示①に付記されている※1では、「非変性Ⅱ型コラーゲン（3.2mg）は日本で唯一、ヒザの可動性、ヒザと腰の違和感の軽減、歩行のサポート機能を有した軟骨由来の機能性関与成分」と記載されておりますが、消費者から見ると、これだけでは、消費者庁に届け出られた機能性表示食品を調査対象としていることが不明確であり、あたかも、日本で唯一、本件商品のみが膝の可動性等に機能する軟骨由来の非変性Ⅱ型コラーゲンを含有しているものと誤認させるおそれがあります。

したがって、広告表示①について、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入れます。

2 広告表示②について

消費者庁作成の『不当な価格表示についての景品表示法上の考え方』によれば、「過去の販売価格を比較対照価格とする二重価格表示を行う場合に、同一の商品について最近相当期間にわたって販売されていた価格とはいえない価格を比較対照価格に用いるときは、当該価格がいつの時点でどの程度の期間販売されていた価格であるか等その内容を正確に表示しない限り、一般消費者に販売価格が安

いとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある。」(6-7頁)とされており、また、「他の顧客向けの販売価格を比較対照価格とする二重価格表示を行う場合に、それぞれの販売価格が適用される顧客の条件の内容等について、実際と異なる表示を行ったり、あいまいな表示を行うときには、一般消費者に販売価格が安いとの誤認を与え、不当表示に該当するおそれがある。」(14頁)とされています。

「貴社ご回答」によれば、通常購入及び定期購入の通常価格で販売している期間は、2024年2月29日から現在に至るまで、クーポン適用のWEB限定の初回定期特別価格で販売している期間は、2024年4月2日から現在に至るまで、とされておりますが、クーポンの適用が簡易な方法で行い得ることからすれば、これをセール価格での販売と同視することができ、本件商品の通常価格は、「最近相当期間にわたって販売されていた価格」には該当せず、また、通常購入と定期購入とでは、販売方法が異なり、「他の顧客向けの販売価格を比較対照価格とする二重価格表示を行う場合」に該当するものと考えられることからして、通常購入における通常価格を比較対照価格として表示した場合、あたかも、今だけ本件商品を安く購入でき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、広告表示②について、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

本件商品は、通常購入と定期購入とで異なる通常価格が設定されておりますが、「貴社ご回答」によれば、通常購入における通常価格を比較対照価格として用いることによって、定期購入における通常価格を特別価格として表示していることになります。

しかしながら、これは、前掲の「他の顧客向けの販売価格を比較対照価格とする二重価格表示を行う場合」に該当するものと考えられ、広告表示③からは、あたかも、通常の定期購入と比較しても、本件商品を安く購入でき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、広告表示③について、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。

4 広告表示④について

「貴社ご回答」の添付資料⑤は、健常者を対象とした調査報告となっておりますが、広告表示④では、そのことが明示されておらず、あたかも、病気などが原因でヒザ、腰、歩みに悩みを抱える消費者であっても、その根本原因が関節軟骨の減少であり、本件商品がこれらの違和感の減少に寄与するものと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、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

「貴社ご回答」によれば、本件商品の機能性として、日常生活における膝や腰

の違和感軽減等が挙げられておりますが、これらの機能性は、いつまでも自分の力で歩くことや趣味や運動を思いのままに行うこと、たくさん動く孫とも遊べることと同視し得るものではなく、あたかも、本件商品を摂取することによって、広告表示⑤に記載された内容が実現す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、広告表示⑤について、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入れます。

以 上

《本件に関する問合せ先》

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 清水

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