

2026(令和8)年7月2日

デジタルデータソリューション株式会社

代理人 弁護士 染谷隆明 先生

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



お問合せ

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。2009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。

当会は、貴社に対し、2026年2月5日付差止請求書（以下「差止請求書」といいます。）をお送りしたところ、貴社代理人より2026年2月18日付回答書（以下「第一回答書」といいます。）および2026年3月16日付回答書（以下「第二回答書」といいます。）をいただきました。

第二回答書には、貴社ホームページ（以下「本件HP」といいます。）の「一部復旧」の意味内容について「お客様指定データを部分的にでも復旧できた場合（1つでも復旧できた場合を含む）」といった形で修正した旨が記載されており、修正後の表示（以下「修正後表示」といいます。）の画像も添付されていました。

しかしながら、当会は修正後表示についても、差止請求書で指摘した問題点が解消されていないと考えます。また、修正後表示には、新たに疑義が生じる点も含まれています。

そこで、下記のとおりお尋ねしたい点がございましたので、本書にて照会させていただきます。

つきましては、ご回答を令和8年7月23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致します。なお、本問合せ書及び貴社からの回答の有無・内容等は当会において公表することがある旨を念のため申し添えます。

記

第1 「お客様指定データ」という用語について

修正後表示では「一部復旧」の意味として「お客様指定データを部分的にでも復旧できた場合」という表現が用いられています。この「お客様指定データ」について以下の点をお尋ねします。

(1) 「お客様指定データ」とはどのような意味でしょうか。具体的かつ明確に定義願います。

(2) 「お客様指定データ」と差止請求書で問題とした「成功定義データ」(ファイル名・個数で事前に特定されたデータ)は、同一の概念ですか。異なる場合は、どの点が変わるのかを明確にお示してください。

(3) ファイル名や個数で事前に特定できないデータ(例:「旅行中に撮影した写真一式」等)は、「お客様指定データ」に含まれますか。含まれない場合、その理由をお示してください。

第2 「復旧ご希望データ」との関係について

本件 HP には、復旧率の算出方法として「復旧ご希望データ」という用語も使用されています(https://www.ino-inc.com/corporate/recovery_rate.php)。この点について以下の点をお尋ねします。

(4) 「お客様指定データ」と「復旧ご希望データ」は同一の概念ですか。異なる場合は、どの点がどのように異なるのかをご説明願います。

(5) 一般消費者は「復旧ご希望データ」という表示から、「自分を取り戻したいと思っているデータ全体」を想起するのが通常と考えます。貴社はこの点についてどのようにお考えですか。

(6) 本件 HP には「ご依頼前にお客様に確認させていただいた復旧ご希望データ」という表現もあります。この「確認させていただいた復旧ご希望データ」と「お客様指定データ」は同一のものですか。また、「確認」の方法・範囲について具体的にご説明願います。

第3 復旧率の算出方法について

差止請求書では、復旧率の分母の取り方に問題があると指摘しました。修正後表示においても、この点は依然として不明確です。以下の点をお尋ねします。

(7) 「お客様指定データ」として事前に特定できなかったデータについては、復旧率の算出においてどのように扱われますか。分母・分子のいずれにも含まれないのであれば、その旨を HP 上に明記する予定はあるでしょうか。

(8) 「成功」か否かの判断は、いつ・誰が・どのような基準で行っているでしょうか。特に、「完全復旧 52.0%」における「完全」の判断基準である分母の特定(例:フ

ファイル名・個数等)は、復旧作業着手前に客観的・明確に定められていますか。具体的にご説明願います。

第4 注記(※1・※2)の表示方法について

修正後表示においても、※1・※2の注記は依然として小さく、目立たない形で表示されています。この点について以下の点をお尋ねします。

(9) 「92.6%」「52.0%」「40.6%」という数値は消費者の購入判断に直接影響する重要な情報です。これらの数値の定義・算出方法を示す注記を、なぜ主たる表示と同等程度の視認性で表示しないのでしょうか。

(10) 景品表示法上、打ち消し表示は「一般消費者が認識できる」程度に明瞭である必要があります。現在の注記の文字サイズ・配置について、貴社はこの要件を満たしていると考えますか。その根拠もあわせてお示しください。

(11) 注記の文字サイズ・色・配置等を改善し、主たる表示との対比においても容易に視認できる形に変更する意向はあるのでしょうか。

第5 今後の対応について

(12) 上記第1ないし第4の点を踏まえ、本件HPの表示をさらに修正する意向はありますか。修正する場合、その具体的な内容と時期をお示しください。

(13) 当会は、修正後表示においても景品表示法第5条第1号の優良誤認表示に該当する可能性があると考えています。貴社はこの点についてどのようにお考えでしょうか。

以上、よろしくお願いいたします。

《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