

2026年（令和8年）8月3日

〒615-8245

京都府京都市西京区御陵大原 1-49

株式会社ファーマフーズ 御中

代表取締役 金 武祚 殿

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

理事長 池本 誠司



差止請求書

第1 差止請求について

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法人です。平成21年3月5日に内閣総理大臣から消費者契約法13条に基づく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、「特定商取引に関する法律」（以下、「特定商取引法」といいます。）第58条の19第1号、及び、不当景品類及び不当表示防止法（以下、「景品表示法」といいます。）第34条第1項第1号の請求として本差止請求書を差し出します（従って、本書が貴社に到達すべき時期から1週間を経過した後は、消費者契約法の定める差止請求に係る訴えを提起することができます。）。

つきましては、本書面到達後2週間以内に、書面にて貴社の対応をご回答下さい。なお、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。

第2 請求の要旨

貴社が使用する下記1のサイトにおいて、下記2の表示について、使用を停止することを求めます。

1 対象となるサイトの URL

貴社がインターネット上で販売している薄毛治療薬・育毛剤「ニューZ」（以下、「本件商品」といいます。）に関する下記のWebページ（1）及び（2）（以下、合わせて「本件サイト」といいます。）

【Webページ（1）】

[https://store.tamagokichi.com/lp/newz/02chat/index_qu.html?rc_kiji_direct=1&ad_code=PF2\[%E2%80%A6\]oAYohecdUQ&ebisOther5=a97e8593](https://store.tamagokichi.com/lp/newz/02chat/index_qu.html?rc_kiji_direct=1&ad_code=PF2[%E2%80%A6]oAYohecdUQ&ebisOther5=a97e8593)

-98c7-4711-8227-36ad4604ee70

【Webページ(2)】

https://store.tamagokichi.com/lp/newz/02chat/?ad_code=PF200001&argument=7sbPa3f6&dmai=my_google_00000057&gad_source=1&gad_campaignid=21160763168&gclid=CjwKCAjw1ozEBhAdEiwAn9qbzQVSi83Z2kf6c8I0EwIYwxrwoiLqSMjiJPtwu2Cwr3vHsoRsMj3KdhoCPJ0QAvD_BwE

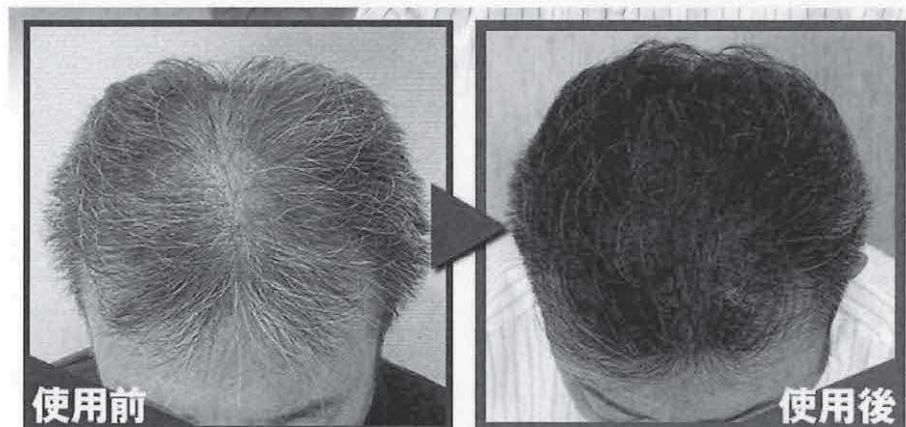
2 対象表示

下記の画像①乃至画像④（以下、合わせて「本件画像」といいます。）を含む
本件商品の使用の前後における画像

【画像①】



【画像②】



【画像③】



【画像④】



第3 紛争の要点

- 1 貴社は、本件サイト等における広告表示にて、『「ご自宅」で薄毛・AGA・脱毛の治療ができるようになりました!』として、本件商品に「発毛促進、育毛、脱毛（抜毛）の予防、若禿（壮年性脱毛症）、薄毛、ふけ、かゆみ、病後・産後の脱毛、秕糠性脱毛症、円形脱毛症の効能効果」があり、「脱毛症改善」「AGA治療」「毛髪治療」「薄毛治療」を目的として販売をしております。

そして、本件商品の使用の前後として、本件画像を掲載しているものです。

- 2 この点、Webページ（2）に使用されている画像①については、その顔の肌色等からして、その明暗度（又は、光の当て方）において、使用後の方が明らかに暗いものであり、意図的に異なる条件での撮影がなされたか、撮影後の画像の明暗度合いを加工した可能性も否めません。

そして、仮に、かかる明暗度が意図的なもの、又は画像加工されたものではないとしても、結果、その頭髮・頭皮の状態を適正に比較できるものでもありません。

また、Webページ（1）及び（2）に使用されている画像②乃至④については、白髪染め等をされたことが窺えるものであり、画像①同様に、その頭髮・頭皮の状態を適正に比較できるものでもありません。

また、画像②乃至④は、同一人物によるものとも思われますが、画像②及び③の使用後の画像と画像④の使用後の画像は、異なる状態のものと思われます。

- 3 また、上記の画像②及び④に付記されております「※白髪の改善効果はありません」の文字については、本件画像等にて、その効能効果の表示がなされていることに比して、当該表記は、極めて文字サイズが小さいものとなっています。

そのため、仮に、表記をするのであれば、消費者に当該効能効果が必ずしも保証できないことを理解しやすいように他の表記と同程度の文字サイズ、位置等における表記をされるべきものと考えます。

また、同種の画像を表記していても、「※白髪の改善効果はありません」の文字が付記されていない箇所もあります。

この点、貴社からは、8ポイントのサイズでの表示がなされているとの主張がなされていますが、これまでも指摘をしておりますとおり、本件サイトは、紙ベースでの広告ではなく、ネット上での広告であるところ、その閲覧媒体は、パソコンのモニターに限らず、スマートフォン、タブレットなど、その画面サイズが様々であり、貴社が主張する8ポイントのサイズが確保されているものでもありません。

とりわけ、スマートフォンにおいては、極めて小さな文字となることからしますと、かかる適正なサイズによる表記がなされているとしても、使用後において本件商品の効能効果と無関係の白髪の改善効果、又は白髪染めがなされている状態の画像は、本件商品の使用前後を比較する画像として適切ではなく、消費者に対して、本件商品の効能効果についての誤認を与えるものとなります。

- 4 そのため、既に、指摘しておりますとおり、本件サイトは、特定商取引法における通信販売に該当しますところ、同法第58条の19第1号及び同法第12条において、当該商品の性能等について、「著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示」をすることを禁止しています。

そして、景品表示法第34条第1項第1号及び同法第5条第1号により優良誤認表示（商品又は役務の品質、規格その他の内容について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると誤認される表示をすること）を禁止しているものです。

そこで、本件画像については、仮に、「※個人差があります。」との表示をなしているとしても、その画像自体の内容において、効能効果についての誤認を与えるものとして、使用の前後の画像として相当ではないと考えます。

- 5 そこで、貴社に対し、上記表示につき、特定商取引法第58条の19、及び、景品表示法第34条第1項に基づき、その停止を請求します。

第4 訴えを提起する予定の裁判所
さいたま地方裁判所

以 上