

CSNI第20-103号

2021年3月19日

株式会社W-ENDLESS

代表取締役 菅原 隆太郎 様

適格消費者団体 特定非営利活動法人

消費者支援ネットワークいしかわ

理事長 橋本 明夫

(公印省略)

申入書の送付について

拝啓 早春の候、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。平素より私ども消費者支援ネットワークの活動に対しご理解、ご協力を賜りまして誠にありがとうございます。

さて、標記の件について送付いたしますのでお願い申し上げます。

敬具

令和3年3月19日

株式会社 W-ENDLESS 御中

適格消費者団体 特定非営利活動法人  
消費者支援ネットワークいしかわ  
理事長 橋本 明夫  
〒920-0206 金沢市北寺町 9 番地 3  
TEL : 076-254-6733 FAX : 076-254-6744

[連絡先] 蔵大介法律事務所  
弁護士 木村基之  
〒920-0912 金沢市大手町 7-23  
TEL : 076-234-5830 FAX : 076-234-5831

## 申入書

当法人は、平成29年5月15日に消費者団体訴訟制度の適格消費者団体として消費者契約法第13条に基づく内閣総理大臣の認定を受けた消費者団体です。

今般、当法人は、貴事務局に対し、下記「申入れの趣旨」記載のとおり申入れ致します。つきましては、本申入れに対する貴事務局のご対応について、本書面到達後1か月以内に文書にてご回答くださいますよう、お願い致します。

なお、本書面並びに本申入れに対する貴事務局からのご回答の有無及びその内容等、本申入れに関する経緯・内容については、公表を予定しておりますので、その旨申し添えます。

### 第1 申入れの趣旨

- 1 貴社の商品である「すっきり麹酵素プレミアム」を取り扱うWebサイト ([https://marte.shop/lp?u=kjk\\_00\\_mrt\\_official](https://marte.shop/lp?u=kjk_00_mrt_official) 以下、単に「Webサイト<sup>1</sup>」という) において表示されている、「2020年マルチ酵素部門楽天売上ランキング第1位獲得」との記載について、削除することを求めます。

---

<sup>1</sup> なお当該Webサイトは、貴社のWebサイト (<https://www.w-endless.co.jp/>) と直接リンクされています。

- 2 Webサイトにおいて表示されている、「満足度94.7%」「ジムトレーナーが選んだ酵素サプリ 注目している酵素サプリ第1位」「実感力で選ぶ酵素サプリ第1位」「コスパが良い酵素サプリ第1位」「おススメしたい酵素サプリ第1位」との記載について、削除することを求めます。
- 3 Webサイトにおいて表示されている、「話題を呼んで口コミ殺到！」及びその直後にあるインスタグラムの投稿を紹介した記載について、削除することを求めます。
- 4 利用規約6条「商品の不良(認められる場合)に関しましては、良品交換にてご対応させていただきます」について、削除ないし適切な修正を求めます。
- 5 利用規約9条「当社は、以下の各号に該当する場合、予告なく、本サービスの提供を中止、または中断、変更、終了できるものとします。この場合生じた損害について、当社は一切責任を負わないものとします。戦争、暴動、騒乱、労働争議、地震、噴火、洪水、津波、火災、停電その他の非常事態により、本サービスの提供ができなくなった場合 その他当社が本サービスの運営上、一時的な中断が必要と判断した場合」について、削除ないし適切な修正を求めます。
- 6 貴社「特定商取引法に基づく表記」における「商品に関する危険負担及び所有権等は、当社が商品の運送人に引き渡した時点で、お客様に移転します。危険負担および所有権等の移転後の商品の紛失、盗難に関しては、当社およびその関連会社は責任を負いません。」との記載について、削除ないし適切な修正を求めます。

## 第2 申入れの理由

- 1 「楽天売上ランキング第1位獲得」の記載について
  - (1) Webサイトにおいて、「2020年マルチ酵素部門楽天売上ランキング第1位獲得」との記載が、大きなフォントで表示されています。
  - (2) この記載を見た消費者は、2020年の「年間を通じて」第1位であるかのように判断する恐れがあります。しかし実際には、当該記載の下にかなり小さいフォントで「※楽天マルチ酵素売上ランキング(リアルタイム)集計日:2020年4月20日(水)」とあり、第1位を獲得したのは1日のみであります(なお付言するに、2020年4月20日は月曜日です)。
  - (3) 従って、(1)の記載は、消費者に対し、貴社の販売商品が年間を通じて人気であると誤解するよう誘導するものであり、景表法5条1号の優良誤認表示に該当しますので、削除することを求めます。
- 2 満足度・4冠達成の記載について
  - (1) Webサイトにおいて、「満足度94.7%」「4冠達成!」「ジムトレーナーが選んだ酵素サプリ 注目している酵素サプリ第1位」「実感力で選ぶ酵素サプリ第1位」「コスパが良い酵素サプリ第1位」「おススメしたい酵素サプリ第1位」との記載があります。



- (2) しかし、「満足度94.7%」の記載の下には小さな文字で「※自社調べ(2019年1月～2020年9月まで)」でとあり、この満足度調査が貴社自身の調査によることが示されています。このため、この94.7%という数字の信頼性・客観性が担保されていないと言わざるを得ません。また何をもって「満足度」があるとするのかも、不明であります。加えて、調査方法・調査対象者・調査母数などについても何も記載がなく、どのような方法による調査なのかも不明です。
- (3) 次に、「ジムトレーナーが選んだ酵素サプリ 注目している酵素サプリ第1位」「実感力で選ぶ酵素サプリ第1位」「コスパが良い酵素サプリ第1位」「おススメしたい酵素サプリ第1位」についてもやはり同様に小さな文字で「※2020年8月自社アンケート調査」でとあり、この満足度調査が貴社自身の調査によることが示されています。このため、この第1位という結果についての信頼性・客観性が担保されていないと言わざるを得ません。上記(2)と同様に、アンケート調査方法・調査母数などについても何も記載がなく、アンケート調査としての信頼性にそもそも疑問があります。
- (4) 公正取引委員会事務総局「No.1表示に関する実態調査報告書」(平成20年6月13日。 [https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/cyosa/cyosahyoji/h20/08061302\\_files/08061302-01-hontai.pdf](https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/cyosa/cyosahyoji/h20/08061302_files/08061302-01-hontai.pdf))によると、「第一位」や「No.1」といった表示について、根拠となる調査が存在する場合でも、「調査が客観的なものと言えない場合、・・・景品表示法上問題となるおそれがある。特に、当該調査が自社調べの場合には、客観的なものとはいえない独自の基準で調査が行われることが多いと考えられ、景品表示法上問題となりやすい」(P13)とされています。
- (5) 従って、調査結果の客観性が何ら担保されていないにもかかわらず、消費者の商品満足度が高くジムトレーナーも評価しているかのような表現を用いることは、消費者に商品の品質について優れたものであるかのように誤解させる点で、景表法5条1号の優良誤認表示に該当します。このため、(1)の各記載について削除することを求めます。

### 3 インスタグラムの口コミらしき表示について

- (1) Webサイトにおいて「話題を呼んで口コミ殺到!」との記載があり、その直後インスタグラムのロゴ及び、インスタグラムの投稿らしきものが写真付きで掲載されております。
- (2) しかし、当団体で確認したところ、投稿した方のアカウントは本日現在ございません。また、「#すっきり麹酵素 premium」で検索をしても8件しかヒットしませんでした。従って、貴社の商品が「話題を呼んで口コミ殺到」であるという事実は確認できません。
- (3) 実際には口コミ多数ではないにもかかわらず、多数であるかのように表示することは、消費者に商品の品質について優れたものであるかのように誤解させる点で、景表法5条1号の優良誤認表示に該当します。このため、(1)の「話題を呼

んでロコミ殺到！」との記載およびインスタグラムの投稿らしきものについて、削除することを求めます。

#### 4 利用規約6条について

- (1) 貴社利用規約6条に、「商品の不良（認められる場合）に関しましては、良品交換にてご対応させていただきます」との定めがあります。本条項は、いわゆる契約目的不適合物について、代替物の引渡しを定めたものと思われま。しかし、商品が契約目的不適合物かどうかについて、貴社に決定権限が与えられています。このため、商品が客観的に見て契約目的不適合物であるにもかかわらず、貴社においてこれを認めず、代替物の引渡しが行われないことが想定されます。ここから本条項は、民法上の債務不履行責任の有無について事業者決定権限を定めた条項と解されます。
- (2) 消費者契約法（以下、消契法という。）第8条1項1号は、事業者の債務不履行責任を全部免除する条項又は事業者によるその責任の有無を決定する権限を付与する条項について、無効とする旨定めます。従って、利用規約6条は消契法8条1項1号により無効です。

#### 5 利用規約9条について

- (1) 貴社利用規約9条は、以下のとおり定めています。

「当社は、以下の各号に該当する場合、予告なく、本サービスの提供を中止、または中断、変更、終了できるものとします。この場合生じた損害について、当社は一切責任を負わないものとします。

戦争、暴動、騒乱、労働争議、地震、噴火、洪水、津波、火災、停電その他の非常事態により、本サービスの提供ができなくなった場合

その他当社が本サービスの運営上、一時的な中断が必要と判断した場合」
- (2) しかし「その他当社が本サービスの運営上、一時的な中断が必要と判断した場合」において、サービスの提供を中止等することによって消費者に生じた責任をも免除することは、一時的な中断が必要と判断された事情がたとえ事業者側の責に帰す場合であっても、事業者の責任を免除するものと理解できます。すなわち、本条項は事業者の責により消費者に対して負う債務不履行責任を免除するものであります。
- (3) 上記4（2）に示したとおり、消契法8条1項1号は事業者の債務不履行責任を全部免除する条項を無効としており、利用規約9条は無効です。

#### 6 危険負担について

- (1) 貴社「特定商取引法に基づく表記」における「商品に関する危険負担及び所有権等は、当社が商品の運送人に引き渡した時点で、お客様に移転します。危険負担および所有権等の移転後の商品の紛失、盗難に関しては、当社およびその関連会社は責任を負いません。」との条項があります（以下、この条項を「危険負担条項」



と略す)。この記載は、民法567条1項の「引渡し」の時期を、貴社において商品を運送人に引き渡したときとしたものと解されます。

(2) しかし、民法567条1項の「引渡し」の時期は、買主に危険を負担させることが合理的と評価できる現実的な支配の移転と解されています。商品を運送人に引き渡した後であっても、貴社は処分権（商法580条参照）を持っているため、運送途中において、貴社の指示により運送会社が運送品を消費者に渡さず貴社に戻すことも可能であります。このように考えると、商品を運送人に引き渡したときであっても、商品に関する現実的な支配は貴社にあるため、民法567条1項にいう「引渡し」と評価することはできません。

(3) 消契法10条は、「消費者の不作为をもって当該消費者が新たな消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたものとみなす条項その他の法令中の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比して消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であって、民法1条2項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するものは、無効とする。」旨定めています。

(4) 上記危険負担条項は、任意規定たる民法567条1項に比して危険負担の時期を早期に設定する意味で消費者の権利を制限するものであり、消契法第10条前段に該当します。また、当該条項に基づくと、運送中に商品が滅失した場合において、消費者が貴社へ商品（代替品）の引き渡しを請求できなくなるため、消費者の利益を一方的に害するものと評価でき、消契法10条後段にも該当するため、危険負担条項は消契法10条により無効です。

以 上