

令和4年7月1日

MEGALOPOLIS 株式会社 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2

貴社より当法人に送付された、令和4年4月25日付回答書（以下、「回答書」という。）を拝受いたしました。回答書の内容を検討いたしましたが、疑問のある点がありましたため、その理由を説明するとともに、改めて申入れをいたします。

つきましては、本申入れに対する貴社のご対応について、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社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

令和3年5月13日付申入書（以下、申入書という。）中の「第2申入れ等の理由」1・2・3・5と同じ。即ち、

- 1 貴社利用規約第14条中の、「CBD MAX の停止・休止のお申し込みはお電話のみでお受けします」との部分につき、電話以外の方法でも停止・休止が可能となるよう、適切な修正を求めます。
- 2 貴社Webサイト (<https://mgpl.com/>) における貴社の販売商品であるCBD MAXについて、「ネット限定初回ワントクコース初回97%OFF」「初回特別価格500円（税抜）」「送料無料のネット限定コース」と表示する等、定期購入

であるにもかかわらず商品を1回だけ・税抜き価格500円でかつ送料無料で購入可能であるかのような記載について、削除ないし適切な記載に改めるよう求めます。

- 3 貴社Webサイトにおいて表示されている、在庫僅少のため在庫がなくなり次回キャンペーンを終了する旨の記載について、削除することを求めます。
- 4 貴社Webサイトにおいて表示されている、「有名人使用率No.1」「94%リピート率」との記載について、消費者に誤解を招くことのない記載に改めるよう求めます。

第2 申入れ及び要望の理由

1 電話でのみ停止・休止が可能なことについて

- (1) 当法人の主張は、令和3年5月13日付申入書（以下、申入書という。）中の「第2 申入れ等の理由」1と同じですが、2点追記します。
- (2) 貴社からの回答書においては、当法人からの申入れを受け入れない理由として「利用規約に解約は電話のみと購入時のサイトに記載しています」旨述べておられます。

しかし利用規約の条項が消費者契約法等の法令に違反する場合には、当該条項は法的に無効となるのであり、利用規約に書かれてあればよいというわけではありません。

- (3) また貴社の商品をWebサイトから定期購入した消費者が、聴覚障がいを抱えている・発話に困難がある・代理で架電する者がいない等、何らかの事情で電話をかけることができない場合、貴社利用規約に基づくと解約ができないこととなります。このような消費者に対応する意味でも、電話以外の方法で解約が可能なようにするべきと考えます。

2 定期購入に関する表示について

- (1) 貴社からの回答書においては、文字フォントを大きくする等の対応を行ったとのことですが、本年5月14日に至るまで、そのような修正は確認できておりません。
- (2) また修正を行われた場合は、そのことが明確になるよう、修正前と修正後の画面をそれぞれ印刷したものを送付願います。

3 初回キャンペーン終了の記載について

貴社からの回答書においては、既に該当部分を削除したとのことですが、そのような修正は確認できておりません。

実際に削除を完了された後に、削除した旨回答いただきますよう、お願いいた

します。

4 有名人使用率及びリピート率に関する記載について

(1) 当法人の主張は、令和3年5月13日付申入書（以下、申入書という。）中の「第2 申入れ等の理由」5と同じですが、以下の点を追記します。

(2) 貴社からの回答書においては、「日本広告審査機構に…根拠を提出して、ことなきを得ております」とありますが、この文章のご趣旨を理解しかねます。過去に消費者から機構に対して貴社の広告に対して苦情が申し立てられ、それに対して機構に根拠資料を提出されたという趣旨なのか、それとも別の趣旨でしょうか。「根拠を提出された」というのが、いつ、どのような理由によるものか、また機構から回答があった場合にはどのような内容であったのか、より詳細な説明を求めます。

(3) 次に、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¹」（平成20年6月13日）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。

(4) 貴社からの回答書において調査方法と結果が記載されていますが、調査対象となった有名人の総数が記載されておらず、また何をもって有名人が商品「使用されている」としているのかも不明であるなど、申入書第2・5（6）で説明を求めた点について、回答がなされておられません。

また貴社のWebサイトでは「有名人」の定義として、「日本国内における各SNSでフォロワー数1万人以上の方」としております。いわゆるインフルエンサーを指すものと思われませんが、一般的には有名人といった場合には芸能人やスポーツ選手を指すのであり、用語の使用が世間一般のイメージとかい離しているものと思われま

す。加えて「有名人使用率NO. 1」と広告に書かれてある場合には、消費者は相当数の人数が使用していると受け止めるのが一般的です。しかし貴社の調査結果によると使用しているのがわずか25人となっており、広告の表記と実態がかい離しており、やはり景品表示法上問題となるものと思料します。

(5) また回答書ではリピート率について説明がありましたが、申入れ書第2・5（4）で述べた通り、貴社の商品は最低4回の定期購入を求められているため、この4回の購入をリピート率に含めているのであれば、リピート率が高くなる

¹ 次のWebサイトを参照。https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/cyosa/cyosa-hyoji/h20/08061302_files/08061302-01-hontai.pdf

のは当然ではないかと思われまゝ（契約条件で「繰り返しの購入」を求めているところ、「当社商品は繰り返しの購入が多いです」と宣伝しても、それは当然の話であり、消費者にアピールする要素にはなりません）。単品での商品購入者の次回以降の購入率、4回の定期購入者を終えた消費者がその後も購入する割合がどの程度なのか、説明を求めます。

第3 付記

当団体は貴社および代表者に対して、これまで何度も申入書及び申入れに対する返答を求める督促書を送付しております。今回ようやく回答書を送付していただきましたが、本来であれば、最初の申入れの段階において回答していただきたかったところです。

またWebサイト記載の会社所在地に送付しても「あて所に尋ねあたりません」と返送されるため、代表者自宅に送付せざるを得ないという状況は、問題があると言わざるを得ません（適格消費者団体に対してこのような対応をされるというのであれば、一般消費者に対しては果たして適切な対応がなされているのかとの疑念が強くなります）。今後は、会社所在地への送付が返送されることのないよう、適切なお対応をお願いいたします。

以 上