

2020年（令和2年）10月30日

消費者庁長官 伊藤明子 殿

内閣総理大臣認定適格消費者団体

特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク

理事長 野々山 宏

〒604-0847 京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町 529 番地

電 話 075-211-5920

F A X 075-746-5207

株式会社ライフに対して特定商取引法に基づく 業務停止を命じるべきことを求める申出（同法60条1項）

当団体は、消費者の権利擁護を目的として、消費者、消費者団体、消費生活相談員、学者、司法書士及び弁護士らで構成し、平成19年12月25日に消費者契約法13条の内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体である。

意見の趣旨

株式会社ライフに対して、広告の表示義務に違反する行為（特定商取引法11条）及び虚偽広告（同法12条）を理由に業務停止（同法15条1項）を命じるべきことを、同法60条1項に基づき申し出る。

意見の理由

1 概要

株式会社ライフは、同社の販売する商品（LAKU FLORA（ラクフロラ））（以下、「本件商品」という。）について、2つの異なるウェブページを作成・公表している。

同社は、一方のウェブサイト（便宜上、「ウェブサイトA」と呼ぶ。資料1）の表示によって、契約内容を消費者に誤認させ、消費者が、その誤認について、同社に対して申し入れをすると、別のサイト（「ウェブサイトB」と呼ぶ。資料2）の表示を理由に、消費者の誤認の主張はあたらないという対応をしている。

2 ウェブサイトAの表示

ウェブサイトAでは、本件商品は、通常価格3920円であるところ、初回特別価格100円（送料無料）で購入が可能であることが大々的に表示されている。その表示の下には、「※本コースは2回目以降もお得な1袋1960円（税込）です。」

「※本コースは初回1袋分と2回目をお受け取りいただくことが条件です。」との注意書きがある。

これらウェブサイトAの表示を、事業者にとって最大限有利に解釈したとしても、契約条件は、「1回目を100円で買うためには、2回目として1960円の購入が必要である」ということまでである。

なお、2回目以降の購入を条件としつつ、「初回100円」などという表示をすること自体も問題である（後記6）。

3 同社の販売手法の実態

同社は、ウェブサイトAの表示を見て購入した消費者に対し、2回目購入分として、20袋を送り付け、3万9200円の請求書を同封している。

ウェブサイトAを見ている消費者は、①そもそも2回目の購入という条件を認識していない者と、②2回目購入分は1960円だと認識している者のどちらかであるところ、この旨を同社に申し入れると、ウェブサイトBの表示を案内し、ここには2回目分として、20袋（3万9200円）を購入することが条件になっていると反論しているようである（当団体が消費者から受け付けた情報）。

4 ウェブサイトBの表示

確かに、ウェブサイトBの注意書きには、「初回100円ラクトクモニターコースはキャンペーンによる初回1袋分と2回目4ヶ月分を一括として購入することが条件です。」「総合計金額は39300円（税込）となります。」と表示されている。

5 同社のウェブサイトAは、虚偽広告にあたること

(1) 以上に述べた、同社の販売手法を整理する。

①同社は、ウェブサイトAを表示し、消費者に対し、本件商品を100円で購入する条件は、2回目分として1袋（1960円）を購入することだと認識させ、ウェブサイトAを通じて申込みをさせている。

②同社は、上記消費者に対して、2回目分として、20袋分を送り付けると同時に3万9200円を請求している。

③20袋分を買った認識はないという消費者からの申し入れに対しては、ウェブサイトBの表示を盾にして、20袋の支払義務があると反論し、実際には、支払に応じってしまう消費者も相当数存在していると推認される。

(2) 特定商取引法12条（同施行規則11条4号、同法11条1号及び2号）は、「商品の……販売価格」及び「商品の……代金……の支払の時期及び方法」について「著しく事実と相違する表示」を禁止している。

同社が、ウェブサイトAから申し込んだ消費者に対し、ウェブサイトBの表示を

前提とした契約内容を主張するならば、ウェブサイト A の表示は、上記の事項について「著しく事実と相違する」ものであり、虚偽広告にあたる。

6 ウェブサイト A は、広告の表示義務にも違反すること

特定商取引法 11 条 1 号及び 2 号は、販売業者が広告をするときは、「商品の……販売価格」及び「商品の……代金……の支払の時期及び方法」を表示すべき義務を課している。

同社の販売実態に照らせば、ウェブサイト A は、上記の事項を正しく表示していないものであり、広告の表示義務違反にあたる。

7 業務停止を命ずべきこと

同社の販売手法は、自ら 2 つのウェブサイトを用意し、消費者を誤認させているものであり、同社の確定的故意によってなされているとしか考えられない。ゆえに、その悪質性は非常に高い。

このような販売手法を放置したままでは、「通信販売に係る取引の公正及び購入者……の利益が著しく害されるおそれ」（特定商取引法 15 条 1 項）が認められる。

従って、上記意見の趣旨のとおり、業務停止命令の発出を求めて、本申出をする（特定商取引法 60 条 1 項）。

8 同社に対する差し止め請求について

なお、ウェブサイト B の表示単体を取りあげても、景品表示法上の有利誤認に該当すると考えるので、これについては、令和 2 年 10 月 22 日付で、同法に基づく差し止め請求をした。

以上

【添付資料】

資料 1 ウェブサイト A

資料 2 ウェブサイト B