

訴 状

当事者の表示 別紙当事者目録記載のとおり

お試し価格表示差止請求事件

訴訟物の価格 1,600,000円

ちょう用印紙額 13,000円

平成29年12月15日

京都地方裁判所 御中

原告訴訟代理人弁護士 長 野 浩 三 (主任)

同 伊 吹 健 人

同 森 貞 涼 介

請求の趣旨

(主位的請求)

- 1 被告は、別紙1対象となる表示記載の表示を行ってはならない。
- 2 訴訟費用は被告の負担とする。

(予備的請求)

- 1 被告は、別紙2対象となる表示記載の表示を行ってはならない。
- 2 訴訟費用は被告の負担とする。

との判決並びに仮執行の宣言を求める。

請求の原因

1 当事者

原告は、平成19年12月25日、消費者契約法13条に基づいて内閣総理大臣の認定を受けた適格消費者団体である(甲1)。

被告は、健康食品の開発、製造、卸売及び販売等を目的とする株式会社であり(甲2)、健康食品の販売について消費者と契約する場合には景品表示法2条1項の事業者である。

被告は、不特定かつ多数の消費者に対し、「メタルマッスルHMB」(以下「本件商品」という。)を販売している。

2 被告ホームページ広告等

(1) 「500円」, 「初回なんと8, 140円もお得！」の記載

被告の販売する本件商品を、「メタルボディコース」で購入する場合、被告ホームページ上では、500円(税別)で購入可能であるかのような広告がなされている(甲3の2頁, 13頁, 20頁, 25頁, 26頁)。

また、500円という価格は、「初回なんと8, 140円もお得！」であると表示されている。

(2) 500円での購入には定期購入が前提となっていること

一方で、上記コースについては、「2回目以降の価格は1ヶ月6,480円(税別)です。」「最低4回(4ヶ月)以上の継続をお約束いただいております。」(甲3の3頁等)と、最低購入回数と、2回目以降の単価は500円ではないことが定められている。

3 有利誤認(景品表示法30条1項2号)

(1) 景品表示法30条は、事業者が、不特定かつ多数の一般消費者に対し、商品又は役務の価格等について、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示を行い又は行うおそれがあるときは、適格消費者団体は、当該事業者に対し、当該行為の停止若しくは予防、優利誤認表示をしたものである旨の周知その他の当該行為の停止若しくは予防に必要な措置をとることを請求することができる」と規定する。

(2) 取引条件について著しく有利な表示をしていること

本件商品を「メタルボディコース」で購入した場合、最低4回の継続購及び、2回目以降は6480円(税別)での購入が契約内容となっているにもかかわらず、被告ホームページの記載では、500円で購入することが可能であるかのように表示されている。

しかし、そもそも、4回継続購入した場合の総額を4回で除すれば、1個の単価は4985円なのであるから、初回購入が500円で可能であるかのような表示自体が、被告の行っている商法の実態を鑑みれば虚偽である。なぜなら、初回は500円で購入できるという条件は、消費者からすれば、「1回だけ500円で試してみて、良い商品だと思えば、2回目以降の購入も検討する。」という意味を持ち、被告としてもそのような印象を与えようとしていると思われるが、被告のように継続購入

を契約条件として附帯させる場合には、1回だけ試してみるということが、そもそもできない。

従って、被告ホームページの表示は、本件商品を、1回だけ、500円（税別）購入可能であるかのように示す点で「商品…の取引条件について、…実際のもの…よりも取引の相手方に著しく有利」（景品表示法30条1項2号）に該当する。

（3）「誤認される表示」に該当すること

ア 考え方

本件では、「誤認される表示をすること」という要件が特に問題となると思われる。すなわち、被告からは、ホームページ画面には（甲3）には、定期購入に関する事項を記載しているのだから、消費者が「誤認」をするおそれはないとの反論が予想される。

しかし、「誤認」とは、実際のもの[・]と一般消費者が当該表示から受ける印象・認識との間に差が生じることをいい、「誤認される」とは、誤認が生じる可能性が高いと認められれば十分であると考えられる（景品表示法、第3版、42頁、消費者庁表示対策課長片桐一幸編著）。従って、ホームページや入力確認画面のどこかに定期購入に関する事項を記載しているという一事をもって、消費者に「誤認される」こと[・]はないと即断することはできず、表示内容全体を考慮した場合に、一般消費者が受ける印象・認識が何かを考え、その上で実際のものとの差を比較する必要がある。

イ ホームページの表示

被告ホームページ画面では、一番上の画面で「メタルマッスルHMBメタルボディコースに申し込む！」という表示が緑色の四角囲みの中でなされており、これをクリックすれば、「メタルボディコース募集要項について」で始まる定期購入の条件の記載を、消費者が読まな

い可能性が高い（甲3の3頁）。

また、「メタルボディコース募集要項について」で始まる定期購入の条件の記載は、「500円」（甲3の1頁など）の表示のポイントと比べて著しく小さい。

ウ お申し込み内容確認画面の表示

加えて、被告ホームページ上で表示される申し込み内容入力後の確認画面では、本件商品を1個540円で購入したことしか表示されない（甲4）。従って、確認画面でこのような表示をすることは、広告部分での優良誤認表示と一体となって、広告部分の優良誤認表示によって生じた消費者の誤認を確実にするものである。

エ 実際の被害

原告は、本訴訟に先立ち、独立行政法人国民生活センターに対し、2017年1月1日から同年10月3日までに、「アートオブライフ」、「ベラーレ」等に関し寄せられた苦情・相談の件数・内容の回答を求めた。

その結果、該当事例は581事例（甲5，2頁）であり、内容の回答のあった100件のうち、そのほとんどが、消費者に覚えの無い定期購入の苦情・相談であった。最近の統計によると、消費生活センターへの相談率は、2.8%である（甲6）。従って、今回、回答を得られた581件の背景には、数万件単位の暗数が存在する。

実際にもこれだけ多数の苦情があるのだから、被告のホームページの表示が、消費者に「誤認される表示」に該当することは明らかである。

オ 被告以外の事業者におけるお試し購入の実際

初回お試しをうたっている他の事業者の広告を見ても、初回の割引価格での購入と、2回目以降の継続的購入は完全に切り離されている

のが一般的である（甲7乃至10）。被告のように、継続購入を条件として附帯させておきながら、初回お試しを強調して表示することは、一般的なお試し商法によって、消費者に浸透した「初回お試し」広告に対する認識を悪用するものである。

カ 結論

以上のように、被告ホームページの内容全体、一般的なお試し商法の在り方、及び実際の被害実態を考慮すれば、一般消費者において、本件商品を、1回だけ、500円（税別）で購入可能であるという印象・認識を払拭できているとは到底言えず、被告ホームページの表示は、消費者に「誤認される表示」に該当する。

（4）そして、被告は、現に有利誤認表示を行っているし、今後も同様の行為を行うおそれがある。

4 主位的請求と予備的請求

（1）主位的請求

以上までに述べたとおり、被告の附帯させている条件によって、本件商品1個の単価は4985円であって、500円ではない。

被告は、4回買わなければならない商品の1個目を、500円だと殊更に強調しているものの、1個目で安くした分の金額を、残りの3個にしわ寄せして消費者に請求しているだけあって、消費者の受ける印象からも、社会通念からしても、このような契約を指して、本件商品を500円で買えるとは到底言えない。

従って、本件商品を「500円」と表示することが有利誤認に該当するから、端的に、この表示の使用が差し止められるべきである。そして、どれだけ附帯購入の条件などを打ち消し表示によって説明したとしても、500円で買えるという事実が実質的に虚偽であることに変わりはない。

ないから、被告による打ち消し表示の有無・程度を問題にする必要はない。

(2) 予備的請求

百歩譲って、「500円」という表示の使用自体が許されるとしても、本件商品を、1回だけ、500円で購入可能であるかのような誤認を招くおそれは、適切な打ち消し表示によって払拭される必要がある。従って、予備的に、請求の趣旨記載の予備的請求を求める。

- 5 原告は、被告に対し、平成29年11月28日、消費者契約法41条に定める書面をもって、本件表示を行わないよう請求し、同書面は同年11月29日、被告に対し到達した（甲11，12）。

6 本件と同種の消費者被害の増加

平成28年6月16日付で、国民生活センターが、ホームページやSNS等で「健康に良い」「ダイエット効果あり」「バストアップ効果あり」や「有名女優も使用」とうたう広告を見て、商品を通常価格より安い価格で購入したところ、実際は定期購入契約だったというトラブルが急増していることを報道発表している（甲13）。この種のトラブルに関する相談は、PIONEERに2011年度以降、1万1812件寄せられており年々増加傾向にある。

このような消費者被害が多発していることは、被告ホームページの広告が、消費者の誤認を招いていることを推認させる一事情である。

- 7 よって、原告は、被告に対し、景品表示法30条に基づき、請求の趣旨記載の表示を差し止めることを求めて本訴に及ぶ。

証拠方法

証拠説明書記載のとおり

附属書類

1	訴状副本	1 通
2	甲各号証写し	各 1 通
3	現在事項全部証明書	2 通
4	証拠説明書	1 通
5	訴訟委任状	1 通

当事者目録

〒604-0847

京都市中京区烏丸通二条下ル秋野々町529番地

原 告 特定非営利活動法人

京都消費者契約ネットワーク

上記代表者理事 野 々 山 宏

(原告代理人)

〒604-8186

京都市中京区烏丸御池東入アーバネックス御池ビル東館6階

御池総合法律事務所（送達場所）

電 話 075-222-0011 F A X 075-222-0012

弁護士 長 野 浩 三

弁護士 伊 吹 健 人

弁護士 森 貞 涼 介

〒150-0043

東京都渋谷区道玄坂一丁目12番1号 渋谷マークシティ22階

被 告 株式会社ART OF LIFE

上記代表者代表取締役 山下永宙

別紙1 対象となる表示

(表示媒体)

被告ウェブサイト

(対象となる商品)

「メタルマッスルHMB」

(表示内容)

対象となる商品を「500円」、「初回なんと8,140円もお得!」と表示し、対象となる商品を、500円(税別)で購入可能であるかのように示す表示。

別紙2 対象となる表示

(表示媒体)

被告ウェブサイト

(対象となる商品)

「メタルマッスルHMB」

(表示内容)

対象となる商品が、「500円」と表示されているすべて直前に、「500円」の表示の少なくとも半分以上のポイントで、6480円(税別)での、さらに3回の購入が義務付けられ、最低支払総額が1万9940円(税別)となることを表示せずに、対象となる商品を、500円(税別)で購入可能であるかのように示す表示。