

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1月11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 野 々 山 宏

同 志 部 淳 之 介

同 伊 吹 健 人

同 森 貞 涼 介

請求の趣旨

- 1 被告は、別紙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、コンピュータ周辺機器並びにソフトウェアの開発、制作及び販売業等を目的とする合同会社であり（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、「Natural Original Smoothie（ナチュラルオリジナルスムージー）」を販売している。

2 被告ホームページ広告等

（1）特別価格の記載

被告の販売する「Natural Original Smoothie（ナチュラルオリジナルスムージー）」（以下「本件商品」という。）を、「キレイ痩せコース」で購入する場合、被告ホームページ上では、通常価格3280円（税別）の70%オフの特別価格980円（税別）で購入できるかのような広告がなされている（甲3，1頁，3頁，6頁，15頁，24頁，25頁）。

（2）特別価格の適用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、「最低5回5ヶ月以上の継続をお約束頂いております」、「毎月自動お届けコース（2回目以降は通常価格3

280円＋税) となります」(甲3, 6頁, 16頁, 25頁) と記載されている。また, 利用規約(甲4)の13条(「キレイ痩せコース(毎月自動お届けコース)について」)には, 5ヶ月の最低利用期間が定められている。

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, 優良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) ①商品の価格及び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「キレイ痩せコース」で購入した場合, 最低5ヶ月の継続購及び, 2回目以降は通常価格3280円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, 1回, 980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。

従って, 被告ホームページの表示は, ①本件商品の単価が, あたかも, 980円であるかのように示す点で, 「商品…の価格…について, 実際のもの…よりも取引の相手方に著しく有利」という要件に該当し, ②本件商品を1回, 980円で購入することができ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」に該当する。

(3) 「誤認される表示」に該当すること

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

と思われる。すなわち、被告からは、ホームページ及び利用規約には、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、との反論が容易に予想される。

しかし、「誤認」とは、実際のも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、ホームページや利用規約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」ことはないとは即断するこ
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、その上で実際のもとの差を比較する必要がある。

これを、被告ホームページについてみると、至る所に、一般消費者が、
「980円」で「1回」購入できるような印象・認識を受ける表示が存
在している。すなわち、「通常価格~~3,280円~~→980円」（甲3，1
頁，6頁，15頁）、「こんな悩みがたった980円で解決するとしたら？」
（甲3，3頁）、「980円特別価格で参加する！」（甲3，6頁，15
頁，25頁）、「次はあなたの番です！70%OFFの980円（1日あ
たり32円）でダイエットが続けられます♪」（甲3，24頁）、「たった
980円で理想の自分になれる！」（甲3，26頁），のような表示であ
る。

一方で、定期購入に関する記載についてみると、確かに、ホームペー
ジ上に記載されているものの（甲3，6頁，16頁，25頁），当該記
載は、本件商品の購入手続に進むためのハイパーリンクのある表示の下
にあり、消費者は5ヶ月の最低利用期間の定め記載を見る前に購入手
続に進む可能性が高く、また、当該記載は、他の表示よりもかなり小さ
いポイントで記載されており、一般消費者の目にとまりにくい。

以上のように、被告ホームページの内容全体を考慮すれば、定期購入に関する記載がホームページ上や利用規約に記載されていることをもってしても、一般消費者において、「キレイ痩せコース」で、本件商品を単価980円で購入することができるという印象・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 原告は、被告に対し、平成28年12月26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12月29日、被告に対し到達した(甲5, 6)。

5 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7)。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。

- 6 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 高 崙 英 弘

(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 野 々 山 宏

弁護士 志 部 淳之介

弁護士 伊 吹 健 人

弁護士 森 貞 涼 介

〒156-0055 東京都世田谷区船橋五丁目33番7号

被 告 合同会社BRONX

被告代表者代表社員 株式会社ハングアウト

上記職務執行者 小 高 永 悟

別紙 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)

「Natural Original Smoothie (ナチュラルオリジナルスムージー)」

(表示内容)

上記対象となる商品が、「980円」と表示されている直前又は直後に、「980円」の表示の少なくとも半分以上のポイントで、3280円での、さらに4回の購入が義務付けられ、最低支払総額が1万4100円となることを表示せずに、対象となる商品が「980円」と示す表示。