

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

令和元年 9月 13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 増 田 朋 記

同 森 貞 涼 介

同 大 西 洋 至

同 荻 野 伸 一

同 西 谷 拓 哉

同 平 尾 嘉 晃

同 堀 田 康 介

同 松 川 智 博

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、健康食品の販売および輸出入業務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、「マヌカジンセン」(以下「本件商品」という。)を販売している(甲3)。

2 被告ホームページ広告等

(1) 「無料」、「1袋分が無料」、「1袋分を無料割引」の記載

被告の販売する本件商品を、「スラトクコース」で購入する場合、被告ホームページ上では、「無料」、「1袋分が無料」、「1袋分を無料割引で申し込む」と記載され、本件商品を初回1袋無料(送料300円)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1頁ないし2頁、6頁、12頁、13頁、18頁、23頁、24頁、25頁)。

(2) 無料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、「本キャンペーンは、2回目の発送分（合計20袋）の購入をお約束いただくかわりに、1回目に発送する1袋分を無料（別途送料300円（税込）は必要）とするものです」、「スラトクコースは2回目以降もお得な1袋（6日分）1980円（税込）」、「2回目以降の発送につきましては1回あたり合計3万9600円（税込。合計20袋分）をご負担いただきます。」と記載され（甲3の2頁等）、最低購入回数が2回（2回目は20袋）であることと、2回目以降の単価は無料ではなく1袋当たり1980円（税込）で、計3万9600円（税込）であることが表示されている。

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、有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) 取引条件について実際のものより著しく有利な表示をしていること

本件商品を「スラトクコース」で購入した場合、最低2回の継続購入、及び2回目以降は3万9600円（税込）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、初回1袋無料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、初回1袋は無料で購入できるという条件は、消費者からすれば、「初回1袋分だけ無料（送料別途300円）で試してみても、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、初回1袋分だけ試してみるということが、そもそもできない。それどころか初回分を契約した消費者は結局は合計21袋分を3万9600円（税込）で購入することを免れないのである。従って、初回1袋分を無料で購入可能であるかのような取引条件の表示は、被告の行っている商法の実態を鑑みれば、実際のもの（21袋分を3万9600円（税込）で購入）とは異なる表示である。

よって、被告ホームページの表示は、本件商品を、初回1袋だけ無料（送料300円）で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

「誤認」とは、実際のもので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（甲4・46頁）。

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」こととはないと即断することはできず、表示内容全体から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 被告のホームページの表示内容

被告ホームページ画面では、「1袋分を無料割引で申し込む（解約保証付）」という表示が緑色の四角囲みの中でなされており（甲3の

2頁等), これをクリックすれば, その下のスラトクコースの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。

また, スラトクコースの定期購入の条件の記載は, 「無料」, 「1袋分を無料割引で申し込む」(甲3の1頁・2頁等) の表示のポイントと比べて著しく小さい。

ウ 注文確認画面の表示

加えて, 被告ホームページ上で表示される申込み内容入力後の注文確認画面では, 本件商品を無料(送料300円)で購入したことが表示されるにすぎず, 定期購入の条件の記載は, その下にポイントが小さい文字で記載されているにすぎない(甲5)。

従って, 確認画面でこのような表示をすることは, 甲3号証の2頁等の広告部分での有利誤認表示と一体となって, 広告部分の有利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, 平成30年4月1日から令和元年7月30日までに, 「ロータシア製薬」, 「LOTUSIA PHARMACY」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331事例であり(甲7, 2頁), 内容の回答のあった100件のうち, そのほとんどが, 表示によって誤認した消費者の意図しない定期購入の苦情・相談であった。

そして, 最近の国民生活センターによる統計によると, 商品・サービスに対する不満・被害を受けた者のうち消費生活センターへ相談した割合(相談率)は2.8%であった(甲8)。

従って, 今回, 回答を得られた331件の背景には, 膨大な暗数が存在する。実際にもこれだけ多数の苦情があることからすると, 消費

者は被告の表示を現に誤認して「マヌカジンセン」を購入していることが分かる。

よって、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9乃至12）。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、初回のお試し購入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 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」「バスタップ効果あり」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、PIONET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。

キ 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、初回1袋だけ無料（送料300円）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、不特定かつ多数の一般消費者に対して現にかかる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、本件商品を初回1袋分のみ無料(送料300円)で購入することはできない。

被告は、2回分(しかも合計21袋分)を買わなければならない商品の1回目(1袋分)を無料(送料300円)であると殊更に強調しているものの、初回1袋分を安くしたようにみせかけ、実際には2回目(20袋分)の高額代金を消費者に請求する形を取るものであり、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、初回1袋分について無料(送料300円)で買えるとは到底言えない。つまり、本件商品を「1袋分が無料」と表示すること自体が、まさに有利誤認に該当する。

したがって、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、1袋分が無料(送料300円)で買えるという事実が実質的に事実と異なることに変わりはないから、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、「1袋分が無料」という表示自体の使用が許されるとしても、本件商品を、1回1袋分だけ(複数回購入することなく)、無料(送料300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、令和元年8月22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（甲14の1）、同書面は同年8月23日、被告に対し到達した（甲14の2）。

6 よって、原告は、被告に対し、景品表示法30条1項に基づき、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 増田 朋 記

弁護士 森 貞 涼 介

〒604-8175

京都市中京区室町通御池下ル円福寺町342-1 VOICE21 ビル2階

弁護士法人二之宮義人法律事務所

弁護士 大西 洋 至

〒612-8053

京都市伏見区東大手町763若由ビル4階

弁護士法人伏見総合法律事務所

弁護士 荻野 伸 一

〒604-0971

京都市中京区富小路通丸太町下ル富友ビル2階

西谷・三田村法律事務所

弁護士 西谷 拓 哉

〒604-0931

京都市中京区河原町通二条西入宮崎ビル2階

弁護士法人中村利雄法律事務所

弁護士 平尾嘉晃

〒604-0931

京都市中京区二条通河原町西入榎木町95-1延寿堂第2ビル5階

中隆志法律事務所

弁護士 堀田康介

〒604-8181

京都市中京区間之町通御池下ル綿屋町520-1京ビル2号館7階

トキワ法律事務所

弁護士 松川智博

〒150-0002

東京都渋谷区渋谷1丁目8番5号

被 告 ロータシア製薬株式会社

上記代表者代表取締役 澤田隆志

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)

「マヌカジンセン」

(表示内容)

対象となる商品を「無料」、「1袋分が無料」、「1袋分を無料割引で申し込む」等と表示し、対象となる商品を初回1袋分だけ無料(送料別)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)

「マヌカジンセン」

(表示内容)

対象となる商品が「無料」と表示されているすべての箇所の直前に、「無料」の表示の少なくとも半分以上のポイントで、さらに20袋3万9600円(税込)で購入が義務付けられ最低支払総額が3万9900円(税込)となることを表示せずに、対象となる商品を初回1袋分だけ無料(送料別)で購入可能であるかのように示す表示。