

ダイエット食品定期購入のホームページ広告に関する申入れ事案

合同会社BRONXが販売するダイエット食品「ナチュラルオリジナルスムージー」に関するホームページ広告について、購入条件につき消費者に誤認を生じさせるような表示を修正することや、未成年者取消権を制限する規約の削除等の改善を求め、一定の改善を得た事案

1 事案（情報提供）の概要

同社のホームページ広告を見て、定期購入であることに気付かずに上記ダイエット食品をネット通信販売により購入した消費者から、初回限定価格でお試しの単品購入ができるかのような誤解を生じさせる同社のホームページ広告の表示には問題があるのではないか等の情報提供があった。

2 結論（終了日、法令上の根拠、主な改善点等）

(1) 終結までの経緯

同社のホームページ広告を調査したところ、①同社の広告表示は、定期購入が条件となっていることが極めて分かりにくく、初回限定価格（70%OFF）によりお試しで単品購入できるかのような誤解を生じさせるおそれが高いこと、②申し込みの最終確認画面においても、申込内容が容易に確認しかつ訂正できる措置が講じられていないこと、③利用規約上に未成年者取消権を民法の規定に比べて著しく制限する規定があること、④同社の連絡先電話番号の表示がないこと、等の問題点が確認された。①については、景品表示法第5条2号の有利誤認表示及び特定商取引法12条の誇大広告に反するおそれがあり、②については、特定商取引法14条1項2号に反するおそれがあり、③については、消費者契約法10条の不当

条項に該当する可能性があり、④については、特定商取引法11条5号の
広告義務に違反する可能性が高いものと考えられた。

そこで、2016年12月22日、同社に対し、①、②及び④の表示を
修正すること、③の規定を削除すること等を申入れした。

この申入れの結果、同社との数度のやりとりを経て、次項記載の成果が
得られたことから、本申入れは終了とした。

(2) 主な改善点

①については、5回以上の継続購入が条件となっている定期購入である
ことが消費者に容易に認識できるように表示し、その場合の合計金額も明
記され、1回限りのお試し単品購入ができるかのような誤解を生じさせる
記載は削除されるという修正がなされた。

なお、この点については、2017年1月11日、特定非営利活動法人
京都消費者契約ネットワークが、同社に対し差止請求訴訟を提起し、同年
6月2日当該表示の是正をさせる勝訴的和解が成立しているところであ
る。

②については、申込の最終確認画面においても、5回以上の継続購入が
条件となる定期購入であることやその場合の合計金額等が明記される修
正措置が取られた。

③については、未成年者取消権を制限する条項が削除された。

④については、ホームページ中の特定商取引法に基づく表示の部分に電
話番号が記載されるという修正がなされた。但し、この表示は消費者にと
って認識しにくい場所にあることから、通達「特定商取引に関する法律等
の施行について」に基づく適切な表示を重ねて要望したところである。

以上のとおり、申入れに対して概ね表示の修正がなされたこと等から、
本申入れは終了とした。

しかし、同社に限らず、同種の問題のある広告は多数存在しており、当
団体としては今後も消費者に誤解を与えるような表示が行われていない
かを注視し、必要に応じて照会や申入れ等を行う予定である。