

平成29年6月6日

株式会社LAVA International
代表取締役 鷺見 貴彦 殿

〒260-0013
千葉市中央区中央4丁目13番10号
千葉県教育会館5階 千葉県生活協同組合連合会内
特定非営利活動法人 消費者市民サポートちば
理事長 拝 師 徳 彦



申 入 書

冠省

当法人は、貴社が運営する「ホットヨガスタジオ LAVA」について、貴社の広告やホームページ及び貴社と個人会員が締結している契約の内容について、消費者の権利保護の観点から調査・検討し、平成29年1月16日付「お問い合わせ」にて、各事項にかかる貴社の見解を照会いたしました。

当法人からの照会に対し、貴社より回答をいただきました（「お問い合わせに対する回答について」）。

当法人において、貴社からの回答を踏まえ、再度調査・検討した結果、消費者利益の保護の観点から、問題があると思料いたしましたので、下記のとおり申し入れをいたします。

本申入れに対する貴社のご対応の状況について、7月3日（月）までにご回答いただきますようお願いいたします。

なお、本「申入書」は、当法人の活動目的のため、原則として、公表させていただきますので、その旨ご承知おきください。

また、今回の申入れに対し適切にご対応いただけない場合は、他の適格消費者団体に対する情報提供を行うことも併せて申し添えます。

草々

記

第1 申入れの趣旨

1 貴社は、貴社が提供するサービス（以下「期間限定キャンペーン」といいます。）に関し、貴社のホームページ及び広告等の表示につき、当該サービスの取引条件について、金額の記載と同一の箇所に金額と同等の大きさのフォントで記載しなければならず、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であると消費者に誤認される表示をしないこと。

なお、平成28年9月1日から10月31日及び平成29年1月1日から2月28日の期間に行われ、現在5月1日から6月30日の期間で行っている「期間限定キャンペーン」において、当該キャンペーンの内容である入会金及び登録料がかからないこと、月額料金が通常価格より低い特別価格で利用できることの条件として、「体験レッスン当日の登録」を条件としていますが、同様のキャンペーンを行うに際し、かかる条件を求めないことも併せて申し入れます。

2 貴社は、マンスリーメンバー制度規約第9条及びご利用規約【マンスリーメンバーについて】中「解約…は登録月を含む3ヶ月目から可能となります。変更希望月の前月15日前までにご本人がご来店のうえ、お手続きをお願いいたします。」との条項を削除すること。

第2 申入れの理由

1 期間限定キャンペーンについて

(1) 貴社の広告及びホームページの記載について

ア 表示内容

(ア) 貴社が平成28年9月1日から10月31日まで及び平成29年1月1日から2月28日までの間に行っていた「期間限定キャンペーン」について、貴社のホームページやチラシに「期間限定キャンペーン 月額¥2,870（税込¥3,100）」「ホットヨガ通い放題！」等の記載が大きなフォントでなされていました。

(イ) 他方、貴社ホームページを詳細に確認すると、「体験された月を含む3ヶ月間の特別価格」「キャンペーンの適用には、特別価格終了後4ヶ月間の継続が必要」の記載が極めて小さなフォントでなされています。

(ウ) また、キャンペーン特別価格の適用には、「体験当日のご登録が必要です。」との記載が小さなフォントでなされています。そして、貴社HP中のQ&Aには、体験レッスンは「LAVA全店でお1人様1回のみとさせていただきます」と記載されています。

ア(7) ホームページや広告の記載を一見すると、あたかも通常料金よりも極めて割安なお試し価格でホットヨガのレッスンを受けることができるかのような表示がなされています。

(イ) しかし、実際には、月額2,870円(税込3,100円)の特別価格でのレッスンを受けるためには、特別価格の期間が終了した後、さらに4ヶ月間の継続が条件となっており、しかもその4ヶ月間は通常価格ということになっています。したがって、特別価格の3ヶ月とその後の通常価格の4ヶ月の合計7ヶ月について、マンスリーメンバーのうち最も安い月額料金である7,685円(税込8,300円)で計算しても、合計で4万2500円(税込)の支払いを強制されることとなり、月額平均は約6,000円になります。

(ロ) 前述のとおり、「体験された月を含む3ヶ月間の特別価格」「体験当日の登録が必要」「キャンペーンの適用には、特別価格終了後4ヶ月間の継続が必要」との記載はあるものの、「月額¥2,870」等の記載と比較すると、著しく小さなフォントが使用されており、明確に記載されているとは言えないと考えます。

(ハ) 以上より、当法人としては、貴社の広告及びホームページにおける表示は、全体としてみると、当該特別価格の適用を受けるためには、最低7カ月間の契約の継続が必要であり、最低でも合計4万円以上の料金が発生するにもかかわらず、その旨を明示せず、入会金及び登録金がない上、特別価格でのレッスンを受けられることを強調した表示をしているものにほかならず、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であると一般消費者に誤認される表示」であって、「不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの」(景表法第5条2号。以下「有利誤認表示」という。)に該当すると考えます。

(ニ) 貴社は当法人からの平成29年1月16日付け問い合わせに対する回答書において、「従来の表示よりも適用条件が明瞭になるように、文字の大きさを変更させていただきます。」とご回答されております。しかし、その後5月1日から6月30日の期間で行っている従前と同内容の「期間限定キャンペーン」に関するホームページや広告等の表示についても上記の問題は解消されておられません。

したがって、現在の貴社ホームページや広告等の記載についても有利誤認表示に当たることをご理解いただき、金額と条件に関

する記載の文字のフォントを同等にする等の対応を早急に行うよう申し入れます。

(2) 体験レッスン当日の契約を条件とすることに問題があること

体験レッスンは原則1回しか受けられないにもかかわらず、体験当日の登録でなければキャンペーン特別価格の適用がないという点については、消費者に契約条件や契約内容を理解したり、入会登録するか否かを考える猶予を十分に与えないまま、一見すると通常よりも極めて安い価格で利用できるかと誤解しかねない貴社ホームページやチラシの記載を前提に入会登録の判断を求めるということになり、消費者保護の観点から問題があると考えます。

貴社の回答では、「ご契約期間やご契約内容について、お客様に十分ご理解いただき、ご納得をしていただいた上でお申込みをしていただけるように、所定の『マンスリーメンバー登録申込書』に沿って丁寧な説明を心掛けて」いるとする一方、平成28年4月から9月のわずか半年間で約30件も、キャンペーンに関する苦情があるとのことでした。

このような状況は、消費者が、キャンペーンや契約条件の内容等が複雑であり、短時間では十分に理解できないにも関わらず、キャンペーンの適用を受けるために体験当日の入会登録を行っていることの結果であると推測されます。

このような状況に鑑みると、キャンペーンの適用を受けるためには体験当日に登録をしなければならないという条件を求めること自体が、「消費者契約の締結について勧誘をするに際して、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない」（消費者契約法3条1項）とする事業者の努力義務を怠っていると評価せざるを得ません。

したがって、同様のキャンペーンを行う場合は、かかる条件は削除することを申し入れます。

2 規約について

- (1) マンスリーメンバー制度規約（以下「制度規約」といいます。）第9条2項の原則として継続必須期間中の途中解約は認めないとする条項及びご利用規約において中途解約を2ヶ月制限している条項は、次のとおり、消費者契約法10条にあたり、無効であると考えます。

ア 期間限定キャンペーンを利用する場合の7ヶ月の途中解約の制限について

期間限定キャンペーンを利用する場合、キャンペーン特別価格で3

ヶ月及びその後通常価格で4ヶ月契約を継続する必要がある、合計7ヶ月間を継続必須期間（制度規約第9条2項）として、この期間の中途解約を制限しています。

しかし、ホットヨガレッスンの受講を内容とする貴社と消費者との契約は、準委任契約（民法656条）であると解され、原則として「各当事者がいつでもその解除をすることができる」とされています（民法651条1項）。

この点につき、貴社は「①入会月の会費を無料又は低額の設定としていること、②月ごとの入会者数に応じて数か月先の場所及び講師等の確保を行っていることからいつでもお客様からの解約を可能としてみようと、弊社が多大な損害を被ってしまう」旨回答されています。

もっとも、ホットヨガレッスンは集団で行われるものである上、貴社のホームページによると完全予約制となっていることから、会員の人数が多少減少したとしても貴社が多大な損害を被るという事態は考え難く、上記のような制限を設ける理由にはならないと考えます。

したがって、制度規約第9条2項の継続必須期間（キャンペーン適用の場合は7ヶ月）は中途解約を制限している条項は、「消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であって」、「民法第1条2項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するもの」（消費者契約法10条）にあたり、無効であると考えます。

イ ご利用規約における2ヶ月の中途解約の制限について

また、通常価格で入会した場合も2ヶ月の中途解約の制限がされており、上記アの民法の原則に照らせば、かかる条項も消費者契約法10条にあたり、無効であると考えます。

- (2) 次に、制度規約9条1項及び利用規約において、自己都合による解約の方法を店舗へ来店の上、貴社所定の書面による手続きを行うことのみで制限している条項についても、次のとおり、消費者契約法10条にあたり、無効であると考えます。

民法は、解除権の行使について「その解除は、相手方に対する意思表示によってする。」（民法540条1項）と規定するのみで、意思表示の方法について何ら制限をしていません。

貴社は、解約の方法を制限する理由について「①解約後にお客様との間でトラブルになることを防ぐ、②画一的な処理を行う」ためである旨回答されています。

しかし、他方でコールセンターで代筆対応をすることも可能であるとの

ことであって、画一的な処理がなされているわけではありません。また、解約の方法を制限していること自体が消費者とのトラブルの原因になる可能性も容易に考えられます。

したがって、制度規約第9条1項において、あえて解約の方法を店舗へ来店の上貴社所定の書面にて行う方法に制限することに合理的な理由はないといえます。

よって、かかる条項も消費者契約法10条にあたり、無効であると考えます。

以 上