

平成30年8月3日

株式会社ティップネス
代表取締役 武信 幸次 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



再々申入れ及び問合せ書

冠省

当法人は、貴社に対し、平成29年11月6日付「申入書」及び平成30年3月2日付「再申入書」をお送りし、貴社からも2017年12月11日付「申入書に対するご回答」及び2018年3月30日付「再申入書に対するご回答」をいただいております。

しかしながら、貴社の回答を検討した結果、消費者の権利保護の観点からなお問題があると思料しますので、下記のとおり、再度、申し入れをいたします。また、貴社の回答中、判然としない点がみられたことから、これに対してお問合せをいたします。

つきましては、本再々申入れ及び問合せ書に対する貴社の具体的な対応並びに回答を、平成30年9月10日（月）までに、当法人までお寄せくださいますようお願いいたします。

なお、本再々申入れ及び問合せ書、貴社からの回答の有無及び回答の内容は、当法人の活動目的のため、原則として、当法人のホームページ (<http://sapochiba.com>) におい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。

草々

記

第1 申入れ事項

1 申入れの趣旨

貴社が、新規会員登録する際に月会費を通常の各プランの月会費と比して一定期間減額するもの（以下「スタートアップ会員特典」といい、スタートアップライト会員を含むものとします。）に関して、ホームページ及び広告（以下「広告等」といいます。）上で表示する場合には、「スタートアップ会員特典適用のためには、スタートアップ会員価格終了時から6か月間、正規の料金を支払って在籍することが条件となること」を、全てのスタートアップ会員特典に関する金額表示のすぐ近くに、金額表示と著しく異なる程度の大きさのポイントの文字で記載する、ことを求めます。

2 申入れの理由

(1) 貴社は、「再申入書に対するご回答」の中で、「前回の回答の通り、特典に関する

表示の近くに在籍期間等の在籍条件の有無・内容を公的な広告表示のガイドラインに則って記載しております。」と明記され、また、確かにホームページの一部特典記載については、在籍条件について赤字で記載をしておられるなど、一定の改善をいただいております。

- (2) しかしながら、平成30年7月度に行われております「夏を楽しむカラダへ！スタートアップ会員 入会キャンペーン」と題するキャンペーン（以下、「本キャンペーン」といいます）につき、新聞媒体の折込広告では、在籍条件については、広告裏面に記載がなされているのみであり、広告表面については、目立つ表記で記載がなされているのは特典内容のみで在籍条件等の記載はなく、ただ特典内容の下に、小さな文字で、「入会条件の詳細については、裏面をご覧ください」とだけ記載されている内容となっております。

また、在籍条件に関する裏面の記載も、その他のたくさんの注意事項と一緒に目立たない形で記載されている上、その文字の大きさは、「月会費1,850円」という金額表示の大きさに比して、ごくごく小さい大きさで記載されているにすぎません。

消費者庁が公表している「打消し表示に関する実態調査報告書」では、景品表示法上問題となる表示方法として、①打消し表示の文字の大きさ、②強調表示の文字と打消し表示の文字のバランス、③打消し表示の配置箇所など、を取り上げており、その中では、①一般消費者が打消し表示を見落としてしまうほど文字が小さい場合、②打消し表示が強調表示の近くに表示されていたとしても、強調表示が大きな文字で表示されているのに対して、打消し表示が小さな文字で表示されており、強調表示を見た一般消費者が当該強調表示に対する打消し表示に気付くことができないような場合、③打消し表示が強調表示から離れた場所に表示されており、一般消費者が打消し表示に気付かなかつたり、打消し表示に気付いたとしても、当該打消し表示が、離れた場所に表示された強調表示に対する打消し表示であることを認識できないような場合、などが挙げられております。

また、上記消費者庁による実態調査は、「一般消費者が普段広告に接する際に打消し表示を意識して見ない（読まない）」という実態を踏まえてなされたものであり、同報告書の中にも、事業者に対する留意点として、「上記実態を十分に理解し、広告に記載した内容を一般消費者が正しく認識できるように工夫して表示を行うことが求められる」と明記されております。

上記からすれば、本件折込広告のように、表面において目立つ表記で特典内容の記載を行うのであれば、「打消し表示」に対応する在籍条件等の記載についてもすぐ近くに行うことが景品表示法上求められているものと考えられ、一般消費者が打消し表示を意識して読まないという実態を踏まえると、「入会条件の詳細については、裏面をご覧ください」といった、裏面に記載を委ねるような表示方法では、消費者の誤認は防げないものと考えられます。

そして、裏面の在籍条件の記載についても、文字そのものが小さいばかりか、強調表示が青地に白抜き文字でスッキリと見やすく表示されているのに対して、打消し表示である在籍条件の記載は、その他の注意事項と同一箇所に目立たないように記載されているなど、表示上の工夫にも大きな差異があります。その上、強調表

示である金額表示と打消し表示である在籍条件についての記載の文字の大きさにも著しく差異があることからすれば、キャンペーンの適用条件について一般消費者が正しく認識できず、景品表示法上の有利誤認となるおそれがあります。

したがって、貴社の平成30年7月度の折込広告の記載は、特典内容が大きな文字で目立つ色彩で表示されているのに対して、在籍条件の記載が表面になく、打消し表示が強調表示から離れた裏面に表示されていること、及び裏面の在籍表示の文字が小さい点などで、キャンペーン適用条件について一般の消費者が正しく認識できず、景品表示法上の有利誤認となるおそれがあります。

- (3) また、貴社ホームページのトップページ上の「スタートアップ会員 入会キャンペーン」のバナー広告をクリックした場合、「8月末まで 1,850円/月」といった特典内容の表示がされたページに移行しますが、この表示には、特典内容の表示がなされているだけで、打消し表示にあたる在籍条件等の表示が一切なされておられません。

この点についても、強調表示が目立つ形でなされているのに対して、打消し表示にあたる在籍条件の表示が近くはない点で、キャンペーン適用条件について一般の消費者が正しく認識できず、景品表示法上の有利誤認となるおそれがあります。

- (4) さらに、上記ページ（バナー広告をクリックして移行したページ）の「今すぐチェック！」の箇所をクリックすると、キャンペーンの詳細について表示するページに移行しますが、同ページ冒頭の特典内容の表示部分については、やはり在籍条件等の表示はなく、特典内容記載のすぐ下に、目立たないグレーの背景の元に、「ご入会条件の詳細はこちらをご確認ください▼」と小さな表示がなされているのみであり、ここをクリックすることで、在籍条件等の表示がなされることとなっております。

前述の様に、一般消費者は普段広告に接する際に打消し表示を意識して読まない傾向があることからすれば、一般消費者が何らかの操作をしなければ打消し表示が表示されないという広告は、表示がなされていないことに等しく、少なくとも、「すぐ近くに表示されている」とみることはできません。

また、表示された在籍条件の文字が小さいという点についても上記(2)同様の問題があります。

上記からすれば、強調表示が目立つ形でなされているのに対して、打消し表示にあたる在籍条件の表示が近くはない点で、キャンペーン適用条件について一般の消費者が正しく認識できず、景品表示法上の有利誤認となるおそれがあります。

- (5) また、同ページには、冒頭部分以外にも、一番下の部分に特典内容の表示がありますが、こちらの表示についても、在籍条件についての表示こそなされているものの、金額表示等の強調表示が青地の中に白抜きで目立つようにスッキリと表示されているのに対して、在籍条件は、白地でその他のたくさんの注意事項と同一箇所に目立たないように記載されている上、文字のポイントもやはり金額表示の大きさに比してごくごく小さく記載されていると言わざるを得ません。

こちらについても、上記(2)同様の景品表示法上の有利誤認の問題が生じます。

- (6) なお、貴社作成の「再申入書に対するご回答」では、「スマートホン専用ページについては、媒体の表示面の大きさを考慮して、(4)と同様の表示を行っており、特

に問題があるとは考えておりません」と主張されています。

しかし、上記消費者庁の実態調査においては、「Web 広告において問題となる表示方法」として、「Web 広告において、強調表示と打消し表示が1スクロール以上離れているか」という点が挙げられており、Web 広告においては、特に「1スクロール以内」という近接での表示が求められています。

これは、Web 広告などの媒体では、一般消費者は折込広告などと比較して瞬時に画面操作を行って広告を読み飛ばす傾向があることから、消費者の誤認を防ぐためには、事業者側はより慎重な広告表示を求められるためと考えられ、上記観点からは、媒体の表示面の大きさが、打消し表示を省略してよい理由にはならないと考えられます。

そもそも、事業者においては、「事業者が商品・サービスの内容や取引条件について強調表示を行おうとする場合には、まず、打消し表示がなくても商品・サービスの内容や取引条件の実際を一般消費者が認識できるような強調表示の内容とすることが求められる」（上記消費者庁の実態調査における「事業者における留意点」参照）のが原則です。

媒体の表示面の大きさが小さいことを理由に、強調表示のみを表示し、打消し表示については消費者の別操作を求める表示方法については、やはり上記（2）から（4）までと同様の景品表示法上の問題が存在すると考えられます。

第2 問合せ事項

貴社は、これまでの「申入書に対するご回答」及び「再申入書に対するご回答」の中で、会則第8条の規定について、①退会月までの未払金があった場合の対応、②電話での申し出を受けた場合の生じるトラブル（証拠となる書面が残らない為）、③郵送等の書類のやりとりで生じるトラブル（やり取りにかかる時間、書類の送付・受領に関する確実性など）の回避を考慮したものであることから合理的な理由に基づくこととされております。

そこで、上記①乃至③について、以下、問合せします。

- 1 貴社では、退会月までの未払い金があった場合は、退会を認めない取扱いなのでしょうか。来店による退会の場合に、未払い金があった場合の退会手続の対応方法についてご教示ください。
- 2 貴社では、会則8条第2項において、会員本人の来店による退会手続が不可能な場合には、来店以外の方法による退会手続を認めておられているようです。
 - (1) 貴社がこれまで行った来店以外での退会手続の方法はどのような方法で行ったのかご教示ください。
 - (2) 来店以外での退会手続を認めた件数、それにより退会手続でトラブルになった件数及びそのトラブルの内容についてご教示ください。
- 3 退会手続に際して、退会会員が貴社に対して物理的に返却を必要とするものがありましたらご教示ください。 以 上