

申入書

令和6年7月30日

〒153-0064
東京都目黒区下目黒2丁目6番10-1001号
Grace Court Meguro
hairju 株式会社
代表取締役 高橋史弥 殿

〒060-0004
札幌市中央区北4条西12丁目1番55 ほくろうビル4階
内閣総理大臣認定 特定適格消費者団体・適格消費者団体
特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道
理事長 松久 三四彦
TEL 011-221-5884
FAX 011-221-5887

当法人は、消費者契約問題に関する調査、研究、消費者への情報提供等を通じて、消費者被害の未然防止を目的に、消費生活相談員、研究者、弁護士、司法書士など消費者問題に関する専門家により構成されているNPO法人です（詳細は、当法人のウェブサイト*1をご参照下さい。）。

また、当法人は、平成22年2月25日からは平成21年6月に施行された「改正消費者契約法」に基づき、内閣総理大臣の認定を受け、差止請求関係業務（不特定かつ多数の消費者の利益のために差止請求権を行使する業務並びに当該業務の遂行に必要な消費者の被害に関する情報の収集並びに消費者の被害の防止及び救済に資する差止請求権の行使の結果に関する情報の提供にかかる業務）を行なう「適格消費者団体」としての活動を行っております。さらに、当法人は、令和3年10月に消費者裁判手続特例法に基づく「特定適格消費者団体」に認定されたことで、従来の差止請求関係業務に加え、消費者の財産的被害を集団的に回復するための裁判を提起することが可能になりました。

現在、当法人では、消費者被害の相談について、情報提供等の多方面からの情報収集を行っており、広告等に不当な表示がないか、入手した契約書に消費者契約法の規定する不当な条項が含まれていないかなどを検討しております。

さて、インターネットによる通信販売契約の広告で「初回限定特別価格」や「いつでも簡単に解約できる」などと謳って消費者を勧誘・誘引し、実際には解約が著しく困難な定期購入契約を締結させるという、いわゆる「お試し定期購入」に関する消費者トラブルが急増し、独立行政法人国民生活センター

*1 当法人のウェブサイト <http://www.e-hocnet.info/index.html>

においても、複数回にわたり注意喚起をしているところです。

貴社は、貴社が運営するウェブサイトにおいて、「h a i r j u」という名称のヘアカラーフォーム及び薬用育毛ヘアエッセンス美容液を販売されていますが、これらの商品に関する貴社ウェブサイトの広告記載内容*2及び利用規約を検討しました結果、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景表法」といいます。）、特定商取引に関する法律（以下「特商法」といいます。）、消費者契約法、その他の法令に照らして問題があると考えに至りましたので、貴社に対し、以下のとおり申し入れます。

第1 申入れの趣旨

1 定期購入ではないように誤認させる表示について

(1) 貴社ウェブサイトにおける「h a i r j u」という名称のヘアカラーフォームについての「定期回数のお約束はございません」（別紙①）「縛り無しで返金保証！」（別紙②）「お届け回数の縛りなし」（別紙③）「購入回数のお約束はございません」（別紙④）の表示は、商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係る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おそれがあるため、その使用を停止することを求めます。

(2) 貴社ウェブサイトにおける薬用育毛ヘアエッセンス「h a i r j u へアージュ」についての、「縛りなし」「お受け取り回数のお約束はございません」（別紙⑤）の表示は、商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係る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おそれがあるため、その使用を停止することを求めます。

(3) 上記の表示のほか、対象の明示なく「縛り」がない旨の表示、回数の約束がない旨の表示を将来行うこともお止めになるよう求めます。

2 安全性等に関する表示について

貴社の令和6年2月29日付回答書に基づいて、貴社ウェブサイトにおける「h a i r j u」という名称のヘアカラーフォームについての「簡単」、「やさしい」などの安全性を保證する表示及び表現、並びに「手軽」、「簡単」などの消費者にパッチテストが不要との誤認を与えるおそれのある表示及び表現（別紙⑥）の修正又は削除を求めます。

3 「リアルタイム販売受付状況」と称する広告表示について

貴社が、貴社ウェブサイトに掲載する「リアルタイム販売受付状況」と称する広告表示（別紙⑦）の削除又は修正を求めます。

*2 ヘアカラーフォームの広告表示 https://ec.hairju.shop/lp?u=hco15_br 及び <https://hairju.shop/product/hair-color/>

薬用育毛ヘアエッセンスの広告表示 https://ec.hairju.shop/lp?u=hes_yah01&yclid=YSS.1001279307.EAIaIQobChMI76z_n_ikggMVZw17Bx3iNAzCEAAYASAAEgK09vD_BwE

4 「満足度97.3%」との表示について

貴社ウェブサイトにおける薬用育毛ヘアエッセンスhairju-ヘアージュ-についての「満足度97.3%」との表示（別紙⑧）は、実際のものよりも著しく優良であると誤認されるおそれがあるか、実際のもの又は同種若しくは類似の商品を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると消費者に誤認されるおそれがあるため、その使用を停止することを求めます。

5 利用規約について

申入れの理由第5項以下に記載の利用規約の各条項は、契約条項の解釈上疑義が生じるため消費者契約法第3条に照らして改善すべきものであるか、又は同法第8条若しくは第10条に該当する不当な条項であると考えます。

よって、貴社に対し、当該条項の改善、使用中止又は修正を申し入れます。

第2 申入れの理由

1 定期購入ではないように誤認させる表示等について

(1) 広告等において、事業者が、事故の供給する商品・サービスの取引において、価格その他の取引条件について、一般消費者に対し、実際の物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（いわゆる有利誤認表示）は、景表法5条2号により禁止されています。

(2) 申入の趣旨第1項(1)(2)で指摘した各表現は、貴社の意図する貴社の意図している販売方法は、真実は、本製品1ないし2を複数回、月ごとに購入する定期購入であるのに、また、2回目以降の購入の解約については、貴社の決めた期限までの解約申出がないと、解約ができないものであるにもかかわらず、「縛り」がなく、あるいは「回数」の約束がない、定期購入ではない取引であると誤認される表示と言えます。また、これらの表現は、2回目以降の購入の解約については、真実は、貴社の決めた期限までの解約申出がないと、解約ができないものであるにもかかわらず、「縛り」がなく、いつでも解約ができる旨誤認させる表示と言えます。

(3) 当法人は、既に貴社に対して令和6年1月29日付質問書にて、「縛り」がない旨の表示について有利誤認表示である旨の指摘をしたうえ、貴社に対して適法性、相当性をどのように考えているか、ご質問差し上げたところです。

これに対して、貴社は令和6年2月29日付回答書にて、「縛りなし」という表現を使用していたことを認めたと見え、これらを「1回限りで完結する売買契約と誤認を与えない為に」消去した旨の回答を得ていまし

た。

検討したところ、たしかに当法人が具体的に指摘し申し入れた箇所については消去がされていますが、明らかに同様の問題を含む「縛り無し」「購入回数のお約束はございません」等の表現を含む表示がいまだに残存、あるいは新たに設けられていることが確認されました。

(4) 以上、1項(1)(2)で指摘した各表示は、全て有利誤認表示にあたるものとして不適法、不相当なものですので、使用の停止を求めます。

また、上記質問書のあとも、同様に不適法、不相当な表示が続いていた経緯から、将来的にも、「縛り」がない旨の表示および「回数」の「約束」がないとする表示を行わないよう、予め求めます。

2 安全性等に関する表示について

当法人は、令和6年1月29日付質問書において、貴社が、貴社ウェブサイトにおいて、医薬部外品であるh a i r j u (ヘアージュ) ヘアカラーフォームについての広告表示として「簡単」、「やさしい」などの表現を用いることが安全性の保証に該当して不相当である旨、また、「手軽」、「簡単」などの表現を用いることが消費者にパッチテストが不要である等の誤認を与えるおそれがある旨を指摘しました。

これに対し、貴社は、令和6年2月29日付回答書において、消費者に誤認を与えないために、安全性保証表示該当性の法令遵守を徹底する旨を回答するとともに、同質問書において指摘した貴社ウェブサイトの表示又は表現について修正又は消去して対応した旨を回答しております。

しかし、令和6年6月26日の時点の貴社ウェブサイトにおいても、安全性保証に該当する表示又は表現及び消費者を誤認させるおそれのある表示又は表現についての修正又は消去が反映されておらず、それらがなお用いられている箇所があります。

それゆえ、貴社の令和6年2月29日付回答書に基づき、それらの表示又は表現の削除又は修正を反映することを求めます(別紙⑥)。

また、併せて、当法人令和6年1月29日付質問書においては対象としなかったh a i r j u (ヘアージュ) ヘアカラーフォームの製品紹介ページについても、同様に、安全性保証に該当する表示又は表現及び消費者を誤認させるおそれのある表示又は表現につき修正又は消去を求めます(別紙⑥)。

3 「リアルタイム販売受付状況」と称する広告表示について

当法人は、令和6年1月29日付質問書において、貴社に対し、貴社ウェブサイトに掲載する「リアルタイム販売受付状況」と称する広告表示の仕組み及び実態について説明を求めました。

これに対し、貴社は、令和6年2月29日付回答書において、上記広告表示は、1日1回更新される倉庫在庫状況の数値をもとに1日1回販売状況

を更新している旨を回答しております。

しかし、その仕組み及び実態は「リアルタイム」という表現の通常の意味と合致しておりません。

それゆえ、消費者が誤解するおそれがないように、「リアルタイム販売受付状況」という広告表示の削除又は表現の修正を求めます（別紙⑦）。

4 「満足度97.3%」との表示について

- (1) 広告等において、商品等の品質などが実際のものよりも著しく優良であると表示し、又は事実と相違して同種若しくは類似の商品を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であつて、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（いわゆる優良誤認表示）は、景表法5条1号により禁止されています。
- (2) 貴社は、貴社ウェブサイトにおいて、薬用育毛ヘアエッセンス hair ju-ヘアージュ-（以下「本件商品」という。）につき、「満足度97.3%」、「2020年1月13日～24日 N=235 使いやすさの満足度97.3%」と表示することにより（別紙⑧）、あたかも、本件商品を使用した者に対して満足度を客観的な調査方法で調査した結果において、本件商品の満足度が97.3%であるかのように示す表示をしています。
- (3) この点、貴社の令和6年2月29日付け回答書によれば、「N=235名は顧客の人数を示すもの」であり、調査方法は「既存顧客に対して、アンケートを実施し回答していただいた235人を抽出して」、「回答のデータより97.3%が算出された」とのことです。
- (4) しかし、商品等の使用者に対する調査によって得られた結果の表示に合理的な根拠が認められるためには、無作為抽出法で相当数のサンプルを選定し、作為が生じないように考慮して行うなど、統計的に客観性が十分に確保されていることが必要です。そして、積極的に体験談を送付してくる利用者は、商品・サービスの効果、性能に著しく心理的な感銘を受けていることが予想され、その意見は主観的なものとなりがちであり、体験談を送付しなかった利用者の意見を調査することなく、一部の利用者から寄せられた体験談のみをサンプル母体とする調査は、無作為なサンプル抽出がなされた統計的に客観性が確保されたものとはいえず、客観的に実証されたものとは認められません（不当景品類及び不当表示防止法第7条第2項の運用指針—不実証広告規制に関する指針—（平成15年10月28日 公正取引委員会、一部改正 平成28年4月1日 消費者庁）6頁参照）。
- (5) よって、本件商品についての「満足度97.3%」との表示（別紙⑧）は、景表法5条1号及び30条1項2号にいう実際のものよりも著しく優良であると誤認されるおそれがあるか、同種若しくは類似の商品を供

給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると消費者に誤認されるおそれのある優良誤認表示であると考えますので、その使用を停止することを求めます。

5 利用規約について

(1) 利用規約第3条（会員の禁止行為）

ア 利用規約第3条第1項各号には、会員の禁止行為が掲げられていますが、以下の各号には消費者契約法上の問題点があると考えます。

イ 第1項第11号、第12号及び第18号について

第11号「本サイトで取得した本権利の代金支払を怠る行為」、第12号「クレジットカードを不正使用して本権利を取得する行為」及び第18号「本サイト等を利用して（中略）本権利を第三者に転売・共有する行為」と定められていますが、利用規約には「本権利」を定義する条項がなく、これが示す内容が明確ではありません。

消費者契約法第3条第1項第1号は、事業者に対して、契約条項を定めるにあたって、その解釈について疑義が生じない明確なもので、かつ、消費者にとって平易なものであるよう配慮する努力義務を課しております。

したがって、利用規約第3条第1項の「本権利」が示す内容を明確かつ消費者にとって平易なものになるように修正することを求めます。

ウ 第1項第19号について

「その他、当社が会員の行為として不適切と判断する行為」は、何の基準もなく不適切の判断が事業者任せられる規定であり、恣意的に不適切と判断され、利用規約に違反するとされることにより本利用規約第5条により損害を賠償する責任を負うことになりかねない規定です。

消費者契約法第10条では「消費者の利益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条第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」は無効としています。したがって、利用規約第3条第1項第19号は消費者契約法第10条に該当し、無効であると考えます。

(2) 利用規約第4条（会員資格の取消し）

ア 第1項柱書について

第4条各号に該当する場合、又は該当するおそれがあると判断した場合に「何らの通知を行うことなく（中略）会員資格を抹消することができる」とあります。しかしながら、本条項を見る限り、貴社が会員資格を取り消すに当たっては、会員に対して催告することは想定していないものと思われまして、商品の定期購入中の会員資格の取り消しは、契約の無催告解除（民法第542条）にあたります。

民法第542条1項各号に列挙された事由以外の無催告解除は、消費者契約法第10条でいう「公の秩序に関しない規定の適用による場合に

比して消費者の権利を制限する」ものと言えます。

そして、本条項中にある「通信販売による代金支払債務を怠った場合」に、定期購入契約が無催告で解除された場合、当該会員は、以降、商品を購入する機会を喪失し、会員が受ける不利益も決して小さいとは言えませんので、違反是正の機会を与えるべく、貴社による催告を前提とすべきです。

そのため、かかる催告を行うことなく、通信販売による代金支払債務を怠った場合に無催告で会員資格の取消しを可能とする本条項は、消費者の権利を制限し、信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものであるため、消費者契約法第10条に抵触し無効と考えます。

イ 第1項第2号について

会員に破産手続開始、民事再生手続開始の申立てがあったことを取消事由としています。しかしながら、これらの事由が生じた場合でも商品代金の不払いがない限り、貴社に格別の経済的不利益を及ぼすものではありません。

よって、破産手続開始、民事再生手続開始の申立てがあったことのみを理由とする会員資格の取消しは、消費者の権利を制限し、信義則に反して消費者の利益を一時的に害するものであるため、消費者契約法第10条に抵触し無効と考えます。

ウ 第1項第3号について

会員が後見開始、保佐開始若しくは補助開始の審判を受けたことを取消事由としていますが、消費者契約法第8条の3では、消費者が後見等開始の審判を受けたことのみを理由とする解除権を付与する契約条項は無効とされています。

また、第4号で後見人等の同意を得ていなかったことが取消事由とされていることとも整合がとれませんので、本条項は削除すべきと考えます。

エ 第1項第4号について

成年後見人等の同意を得ていなかったことを取消事由としていますが、そもそも成年被後見人は判断能力を欠く常況にあるため、成年後見人に同意権はありません。

また、保佐人又は補助人の同意を得ていない法律行為について取消権を行使できるのは本人又は保佐人、補助人であって、法律行為の相手方ではなく、被保佐人又は被補助人が同意を得ずにした行為であっても、保佐人又は補助人の追認により確定的に有効な行為になるため、事業者側からの取消を可能とする本条項は、消費者の権利を制限し、消費者の利益を一時的に害するものとして、消費者契約法第10条に違反し、無効と考えます。

オ 第1項第7号及び第8号について

第1項第7号及び第8号において、「当社が判断した場合」に会員資格

を抹消することができるかとされていますが、会員資格の取消しの判断がもっぱら貴社の裁量にゆだねられている上、取消事由となる具体例や判断基準等は一切明記されておりません。そのため、貴社が恣意的に会員資格を取り消すことも可能となり、消費者である会員の地位が著しく不安定となります。

消費者契約法第3条は、事業者に対して、契約条項を定めるにあたって、その解釈について疑義が生じない明確なもので、かつ、消費者にとって平易なものであるよう配慮することを求めているところです。そして、先述のとおり、会員資格の取り消しが、商品購入機会の喪失という不利益を消費者に与えるものあることも併せて考えますと、本条項は、消費者である会員の権利を制限する条項であって、信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものであるため、消費者契約法第10条に抵触し無効と考えます。

(3) 利用規約第5条（損害賠償）

「本サービスの利用に関する行為」によって貴社が損害を被った場合、すべての損害を会員が賠償する旨が定められていますが、貴社の過失の有無がまったく考慮されておらず、サービスの利用によって生じた損害をすべて消費者が負う規定になっております。

そもそも消費者に帰責事由がなければ損害賠償義務は生じず、また、債権者に過失がある場合には過失相殺が考慮されるべきです。したがって、本規定は消費者の権利を制限し又は消費者の義務を加重する条項として、消費者契約法第10条に抵触し無効と考えます。

(4) 利用規約第6条（ログインID及びパスワードの管理）

ア 利用規約第6条第4項では、ログインID及びパスワードを用いて貴社に行われた意思表示は、会員の有効な意思表示とみなす旨が定められており、いわゆる「なりすまし」が行われた場合でも本人が責任を負うこととされております。

イ しかしながら、上記条項には一切の例外が定められておらず、貴社に帰責性がある場合や貴社からID・パスワードが漏洩したような場合など、会員本人に一切帰責性がないような場合でも、会員が代金支払義務を負うことになり、民法の表見代理の規定（109条、110条等）に比して消費者（会員）に不利益を課す規定です。

このような本条項は、消費者の義務を加重し、信義則に反して消費者の利益を一方的に害するものであるため、消費者契約法第10条に抵触し無効と考えます（経済産業省「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」（令和4年4月）68頁参照）。

(5) 利用規約第7条（20歳未満（未成年者）のご利用について）

ア 利用規約第7条第1項では、「20歳未満（未成年者）」とされておりますが、2022年4月1日施行の改正民法により、成年年齢が18歳に引き下げられております。

また、第7条第4項では「18歳未満の未成年者の方」と記載されており、成年年齢を18歳と扱っているようにも見え、第7条の中でも成年年齢の取扱いが統一されておりません。

イ 消費者契約法第3条第1項第1号は、事業者に対して、契約条項を定めるにあたって、その解釈について疑義が生じない明確なもので、かつ、消費者にとって平易なものであるよう配慮する努力義務を課しているところですので、貴社におかれましては、第1項の記載を「18歳未満」に修正いただくか、20歳未満の会員について親権者等の同意を要するとされる場合には、“（未成年者）”との記載を削除していただくようお願い申し上げます。

(6) 利用規約第8条（定期コース）

ア 第2項について

定期コースの解約方法を電話連絡に限定されておりますが、電話がつかない場合は解約の意思表示が貴社に到達せず、消費者は解約したくても解約することができません。

販売業者等が特定申込みを受ける場合には、売買契約の申込みの撤回又は解除に関する事項を表示しなければならないこととされており、この事項について誤認させるような表示を行うことは禁止されております（特定商取引法第12条の6第1項及び第2項）。また、販売業者等は通信販売に係る売買契約等の申込みの撤回若しくは解除を妨げるために撤回・解除に関する事項について不実のことを告げる行為をしてはならないとされています（特定商取引法第13条の2）。

しかし、消費者から解約の電話がつかない旨の情報は多数寄せられており、撤回・解約に関する事項について不実告知をしていると解されます。

消費者が定期コースを容易に解約できるのでなければ、結局のところ意に反して2回目以降の購入を強いられることになり、特定商取引法11条5号において、事業者が通信販売をする場合の商品の販売条件について広告をするときに、当該商品の売買契約の解除に関する事項を表示しなければならないとされている趣旨にも悖ることとなります。

したがって、消費者が定期コース（定期購入契約）を実際にも容易に解約できるように、電話受付体制を拡充するとともに、電話以外の解約方法、すなわちメール、FAX、郵便等によることも可能にすることを求めます。

イ 第10項第2号について

「第9条第1号に該当する事由が発生した場合」とありますが、同号は定期コースの定義規定ですので、第8条10項1号の誤りかと思われま

(7) 利用規約第9条（商品の配送について）

ア 利用規約第9条においては、貴社からの商品の配送及び会員による不

受領の際の貴社における対応について規定されていますが、同条第4項後段の規定につきましては、以下のとおり消費者契約法10条に違反するものと考えますので、法に適合するような修正ないし該当部分の削除を求めます。

イ 利用規約第9条4項後段について

利用規約第9条第4項後段においては、「また、会員が当該商品にかかる契約とは別に、当社との間で売買契約または定期コースの契約をしている場合、当社は、これらの契約を解除することができるものとし…」と規定されています。

同規定によると、会員において、定期コースの商品の不受領及び60日間連絡しなかった場合もしくは定期コースの商品の再発送後の保管期間経過時において定期コースのみならず他の契約解除も可能とする規定と史料いたします。

もっとも、契約の一方的な解除には少なくとも当該契約上の債務不履行が必要であるところ（民法541条・542条）、貴社の規定に従うと定期コースの商品不受領によって他の契約についてまでも解除権が発生するものであって、上記民法上の規定に比して、消費者の利益を制限し又は義務を加重する条項であって、民法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と思料いたします。

したがって、当該規定は消費者契約法第10条により無効です。

(8) 利用規約第10条（商品の交換、返品、キャンセル、永久返金保証等）

ア 商品の返品及び交換の期限について

第2項柱書及び第3項では、商品到着日より5営業日以内に電話連絡がなければ返品又は交換に応じない旨が規定されております。

一方、民法566条では契約不適合責任の担保責任の期間は、買主が不適合を知ったときから1年以内とされており、さらに売主の故意重過失がある場合はその限りでないとされています。

また、第2項第1号では、返品に応じる場合として「品質に問題がある場合」としてありますが、配送した商品が不良品であった場合は売主に重過失があると言わざるを得ません。

したがって、民法566条の契約不適合の通知期間を5営業日以内までに短縮し、さらに売主に重過失がある場合にも担保責任を履行の追完請求期限を設ける規定になっており、消費者の利益を一方的に害するものとして消費者契約法第10条に抵触し無効と考えます。

イ キャンセル受付について

第4項では、キャンセルの場合は電話連絡をする旨が定められていますが、キャンセル受付を電話連絡に限定する場合、利用規約第8条第2項で指摘したのと同様の理由で不当であると考えます。

(9) 利用規約第11条（サイトの中断・停止等）

第11条柱書には「会員に事前に通知することなく、本サイトの全部又

は一部の提供を中断・停止することができる」旨が定められておりますが、システムの定期保守（第1項）などの場合でも、予告なしにサイトの中断・停止することができ、それにより消費者が不利益を被ることを容認する規定です。

やむを得ず通知できない理由による中断・停止に限るのであれば、問題はないと考えますが、予告可能な定期保守による中断・停止については事前に周知する義務があると考えます。

消費者契約法8条3項では「当該事業者の不法行為により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除し、又は当該事業者にその責任の有無を決定する権限を付与する条項」は無効としています。したがって、利用規約第11条第1項は消費者契約法第8条に該当し、無効であると考えます。

第3 ご回答のお願い

つきましては、本申入れに対する貴社のお考えやご対応等を**令和6年8月30日**までに文書にてご回答くださいますようお願いいたします。

なお、ご回答の有無及び内容につきましては、当法人の活動目的のため、公表させていただくことをあらかじめ申し添えます。

以 上