

平成25年5月20日

〒160-0023

東京都新宿区西新宿7-16-11

株式会社メイション 御中

特定非営利活動法人

あいち消費者被害防止ネット

理事長 杉 浦 一

(連絡先) 〒460-0002

名古屋市中区丸の内2-18-

三博ビル

事務局長 外 山 三

TEL : 052-265-91

FAX : 052-265-91

差 止 請 求 書

拝啓 時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

当団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供、消費者の被害の防止及び救済などを目的とし、平成22年4月14日に消費者団体訴訟制度の適格消費者団体として消費者契約法13条の内閣総理大臣の認定を受けている特定非営利活動法人（NPO法人）です。

先日、当法人は、貴社に対し、平成24年11月26日を回答期限として、貴社の運営するサービス「スマ婚」システムを利用すれば、あたかも通常の結婚式費用と比較して著しく低廉な価格で結婚式を挙げられるかのような貴社ホームページ上の表示を停止等を求めて申入れを行いました。しかし、貴社からは、上記期限までに回答がありませんでした。

そこで、当法人は、貴社に対し、消費者契約法41条1項の請求として、本差止請求書を送付します。本書が到達すべき時期から1週間を経過した後は、当法人は、貴社に対して消費者契約法及び不当景品類及び不当表示防止法が定める差止請求に係る訴えを提起することができます。つきましては、本差止請求書に対して、本書到達後1週間以内に文書で貴社の対応をご回答下さい。

なお、本差止請求書の内容、貴社の回答の有無・内容及び本請求以降の経緯・内容等については、消費者被害発生防止の観点から、当法人のホームページその他適宜の方法により公表させていただくことがありますことを申し添えます。

敬具

第1 請求の要旨

当法人は、貴社に対し、「従来と同じクオリティの結婚式を驚きの低費用でプロデュース」「本来の適正な価格で、従来同等の結婚式を実現」等、貴社の運営するサービス「スマ婚」システムを利用すれば、あたかも通常の結婚式費用と比較して著しく低廉な価格で結婚式を挙げられるかのような表示をすることを停止するよう求めます。

第2 紛争の要点

1 貴社の運営する「スマ婚」ホームページ (<http://smakon.com/>) 上の表示

貴社は、貴社の運営する「スマ婚」サービスを紹介するホームページ (<http://smakon.com/>) 上において、そのサービス料金に関し、以下のような表示を行っております。

「従来と同じクオリティの結婚式を驚きの低費用でプロデュース」
「本来の適正な価格で、従来同等の結婚式を実現」
「私たちは利益重視の今までが高すぎたと考えており、従来と同じクオリティとなっています」
「安い分普通の結婚式から削っているものは？ スマ婚の結婚式は、内容を削ったり、クオリティを下げてはおりません。従来 of 結婚式と同等の内容となります。」

2 不当景品類及び不当表示防止法（以下「景表法」といいます。）による規制

(1) 景表法4条1項2号及び10条2号

景表法4条1項2号は、「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」の表示を禁止しており、適格消費者団体は、事業者が、「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誤認される表示」を、「現に行い又は行うおそれがあるときは、当該事業者に、当該行為の停止・・・を請求することができる。」（同法10条2号）とされています。

(2) 「比較広告に関する景品表示法上の考え方」（昭和62年4月1日公正取引委員会事務局作成）

上述の景表法4条1項を受け、公正取引委員会事務局は、「比較広告に関する景品表示法上の考え方」（以下「比較広告ガイドライン」といいます。）を作成し、問題となる比較広告を類型化しております。

比較広告ガイドラインにおいては、基本的考え方として、比較広告が不当表示とならないようにするために、「比較の方法が公正であること」が要求されています。

そして、同ガイドラインは、「比較の方法が公正である」といえないような場合の例示として、「社会通念上又は取引通念上、同等のものとして認識されていないものと比較し、あたかも同等のものとの比較であるかのように表示する場合」を挙げています。

3 貴社の上記各表示が景表法4条1項2号、10条2号に該当すること

従前の申し入れの繰り返しとなりますが、「結婚式費用」は、様々な費目が集合して形成されるものです。それぞれの費目の内訳すら明らかにしないまま、漠然と「結婚式費用」の安さを強調することは、消費者にとって十分な判断材料を与えることなく、価格の安さのみを強烈に印象づけ、よってその判断を誤らしめるものであるといえます。

会場代、飲食代、花代、着物代等、様々な費目が集合して成り立っており、しかも費目に対応するサービス等の内容や質も千差万別である「結婚式総費用」を漠然と比較の対象とすること自体、そもそも不適切なのです。

とりわけ、結婚式は、多数の消費者にとって初めての経験であることが多く、他方において貴社は結婚式に関する知識や経験が豊富ですから、消費者保護の要請が強く働く場面と言えます。結婚式に関する経験や知識の少ない一般消費者の判断を誤らせないためには、「結婚式総費用」の費目内訳、及び内訳毎の内容や質といった情報を提供する必要があると、これらを明らかにしないまま、価格の安さのみを強調することは不当です。

ここで貴社のホームページをみると、「スマ婚の平均費用：約200万円（2011年度自社調べ）」「従来婚の首都圏平均費用：約356.7万円（ゼクシィ結婚トレンド調査2011調べ：首都圏版）」という比較表現が見られます。同ホームページ上、「従来と同じクオリティの結婚식을驚きの低費用でプロデュース」など、従来と同等のクオリティの結婚式がスマ婚では低価格で行われているかのような表現も散見されますので、当該表現と併せ読むと、スマ婚システムを利用すれば、従来婚と同等のクオリティであるにもかかわらず、総費用を半額近くに押さえられるかのように読めます。

しかしながら、約356.7万円という従来婚の首都圏平均費用も、約200万円とされるスマ婚の平均費用も、いずれも単なる結婚式総費用の平均値に過ぎず、双方ともに、サービス内容及び質は、何ら明らかとされておりません。貴社自身、そのホームページ上、「結婚式の内容（料理、装花、演出、ドレス、各アイテム）は各結婚式ごとに異なり、お客様の数だけ存在します。上記はあくまで平均費用のデータであり、全く同じサービスを比べるものではありません。」と注記しているように、そもそも、約356.7万円かかる従来

婚のサービス内容と、約200万円とされるスマ婚のサービス内容とは、いずれも明らかにした上で比べられるものではないのです。結婚式及び披露宴の質（クオリティ）は、サービス内容が明らかとされて初めて論じうるものですので、サービス内容すら比べられないまま、そのクオリティが同等であると断ずることは不可能なはずです。そうであるにもかかわらず、貴社は、高額とされる従来婚（ゼクシィ結婚トレンド調査2011調べ：首都圏版）と低額なスマ婚（2011年度貴社調べ）のクオリティが同等であると表現しており、ここに、貴社の表現の欺瞞性が存在します。

従来婚とスマ婚の「結婚式総費用」に対応する各サービスの内容を明らかにした上で比較することができず、ゆえに取引通念上同等であると断ずることもできないにもかかわらず、双方のサービスが同等・同質のものであるとする貴社の各表現は、まさに、上述の比較広告ガイドラインのいう「社会通念上又は取引通念上、同等のものとして認識されていないものと比較し、あたかも同等のものとの比較であるかのように表示する場合」に該当する不公正な表現です。

いずれにしても、貴社の上述各表示は、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ものと認められます。かくの如き比較広告が、「比較の方法が公正である」ものとは到底いえず、景表法4条1項2号、10条2号に該当する表示行為であることは明らかです。

4 「現に行い、又は行うおそれがある」こと

貴社は、上述各表示を、現時点においてもその運営する「スマ婚」サービスホームページ（<http://smakon.com/>）上行っており、上述の景表法上問題のある不当表示を「現に行」っていることは明らかです。

したがって、当法人は、景表法10条にもとづき、貴社に対し、上述各表示の如き、貴社の運営するサービス「スマ婚」システムを利用すれば、あたかも通常の花嫁衣装費用と比較して著しく低廉な価格で結婚式を挙げられるかのような表示をすることを停止するよう求めます

第3 訴えを提起する予定の裁判所
名古屋地方裁判所

以 上