

平成27年7月22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消費者被害防止ネットワーク東海

理事長 杉浦 市郎

(連絡先) 〒460-0002 名古屋市中区丸の内2-18-22

三博ビル8階

事務局長 外山 孝司

(TEL:052-265-9258、FAX:052-265-9259)

## 申 入 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。

当法人の平成26年7月23日付申入書に対し、ご回答いただきありがとうございます。ありがとうございました。

さて、貴社からいただきました平成26年12月19日付回答書の内容をふまえて、消費者保護及び救済の観点から、別紙のとおり、再度申し入れをいたします。

つきましては、ご検討の上、貴社の見解や対応につき、平成27年8月25日までに上記連絡先宛に、書面にてご回答くださいますようお願い申し上げます。

なお、本申入れの内容、貴社からの回答の有無及び回答内容は適宜の方法により公表させていただきますことを申し添えます。

敬具

## 申入れ事項

「スマ婚」のホームページ (<http://smakon.jp/>) におけるサービスの質に関する下記表示につき、次のとおり申し入れをします。

「一流の結婚式をリーズナブルに叶える」  
「従来のブライダル価格を大幅に見直すことで実現した驚きの低価格」  
「スマ婚は高品質な挙式＋披露宴をスマートにプロデュースします」  
「従来と同じクオリティの結婚式を驚きの低価格でプロデュースいたします」  
「スマ婚：約200万円（2012年度自社調べ）  
従来婚：約354.9万円（ゼクシィ結婚トレンド調査2012年度調べ）」  
「安かろう悪かろうではありませんか？」  
決して安かろう悪かろうではありません。従来の常識を打ち破った低価格のため、心配されることも多いのですが、私たちは利益重視の今までが高すぎたと考えております。」  
「普通の結婚式と違う点がありますか？」  
ありません。従来の結婚式と同等の内容となります。」  
「料理はしっかりしていますか？」  
各会場のシェフが、自慢のブライダル用コースメニューをお作りいたします。こちらから従来の結婚式と同等の内容となります。」  
「自己資金1万円から」 等

### (1) 申入れ事項

- ア 「スマ婚の平均費用：約200万円（2012年度自社調べ）  
従来婚の首都圏平均費用：約354.9万円（ゼクシィ結婚トレンド調査2012年度調べ：首都圏版）」  
について、ゼクシィ（株式会社リクルートマーケティングパートナーズ）が公表しているものと同様、貴社が平均費用を算出するにあたり行った調査の概要（調査方法、調査期間、集計サンプル数等）、及び調査結果の詳細（招待客1人あたりの料理＋飲み物費用の合計、招待客人数や金額総額の段階毎の分布図など）を、明らかにして下さい。
- イ 貴社のホームページ上の、「従来の結婚式と同等」などの表示について、これはあくまでも大まかな流れが同様なのであって、質が同等なわけではない、と明記して下さい。
- ウ 自己資金1万円からとの表示について、申込金1万円からとの表示に修

正し、かつキャンセル料を明示して下さい。

(2) 申入れの理由

ア 「ア」について

貴社は、その提供するサービスの対価が、他事業者のそれと比べて低価格であることを、繰り返し表示、宣伝しています。その対価の低廉さは、まさに貴社の強調点であり、他事業者と比較する以上は、その根拠を明らかにすべきです。

イ 「イ」について

貴社は、そのホームページ等において、貴社の提供するサービスの対価が、他事業者と比べて低廉であるということに加えて、低廉であるにもかかわらず、そのサービスの質が同等であるということ、を、繰り返し宣伝しています。

しかしながら、仮に、貴社がプロデュースすることにより、結婚式及び披露宴を、「低廉な価格で」行いうるとしても、そのサービスの質が、他事業者と「同等」であるかどうかは、何ら客観的に実証されていません。それにもかかわらず、低価格を強調し、他方において、そのサービスの質が他事業者と「同等」である旨を表示することは、消費者の誤解を生じさせる可能性が高いものと考えられます。

これに対し、貴社は、平成26年12月19日付回答書において、そのホームページ上の「同等」という表示について、質問と回答という文脈の流れにて判断すれば、従来の結婚式と概ね同じような内容、ないし、大まかな手順が同じというように読めるので、特段、一般消費者に対して誤解を生じさせるものではない旨、主張しています。

しかし、これから結婚式と披露宴を行おうとする消費者の大多数が、その知識や経験に乏しいことに鑑みると、貴社の「一流の結婚式」「高品質」「従来と同じクオリティ」「安かろう悪かろうではありません」との表現をみた一般消費者が、貴社がプロデュースする結婚式や披露宴を構成する各種サービスの質が、他事業者のそれと比べて勝るとも劣らないものであると誤解する可能性が高いと考えられます。貴社のこれらの表示が、質やクオリティが同等であることを意味せず、あくまで、大まかな手順、流れが同様であるにすぎないという趣旨であると理解するのは、社会通念上、困難です。

そもそも、貴社の今回のご回答を前提とすれば、そのホームページ上の「同等」などの表示により一般消費者に理解してほしいことは、質やクオ

リティが同等であるということではなく、大まかな手順や流れが（従来婚と比べて）同様であるということなので、質ないしクオリティが同等であるとの誤解を招きかねない表示を控えて、端的に、大まかな手順や流れが同様である旨の表示をすべきであると考えます。

以上の理由から、本申入れに及んだ次第です。

ウ 「ウ」について

貴社は、「自己資金1万円から」ということを強調していますが、この「自己資金」とは、正確には、申込金（頭金）に該当するものと考えてのが妥当です。

そもそも、「自己資金」（結婚式総費用から祝儀金総額を控除した金額）は、参列者からの祝儀金が事前に正確に把握できないこと、結婚式および披露宴の具体的内容にも左右されることなどからすると、事前に提示する性質のものではありません。

それにもかかわらず、このように、「自己資金1万円から」と、事前に提示して極めて安価に結婚式を行うことができるかのように消費者にアピールすることは、消費者の誤解を招きかねませんので、「申込金（頭金）」と正確に表現すべきであると考えます。

加えて、中途解約の場合には、1万円という申込金（頭金）を超えて新郎ないし新婦の負担金が発生する可能性があることからすると、その点についても明示して、消費者に注意を喚起する必要があります。

以上の理由から、本申入れに及んだ次第です。

以上