

2025年7月2日

株式会社ライズ
代表取締役 泉 谷 将 輝 様

適格消費者団体・特定適格消費者団体
特定非営利活動法人 消費者支援機構関西
理事長 藪田 高広

【連絡先(事務局)】担当：金田
〒540-0024 大阪市中央区南新町一丁目2番4号
椿本ビル5階502号室
TEL 06-6920-2911 / FAX 06-6945-0730
E-mail : info@kc-s.or.jp
ウェブサイト : <https://www.kc-s.or.jp>

再々申入及び要請書

貴社より、2025年1月25日付け「回答書」（以下「回答書」といいます。）を受領しました。ご回答ありがとうございました。

当団体において、回答書について検討した結果、当団体は、貴社に対し、下記のとおり、不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」といいます。）第34条（旧第30条）に基づき、再度の申入れをするとともに、併せて、消費者契約法第3条第1項に基づき、再度の要請いたします。

貴社におかれましては、本「再々申入及び要請書」に対するご回答を、2025年8月1日までに、書面にて、当団体事務局宛て、ご送付くださいますようお願いいたします。

なお、既に貴社に連絡しておりますとおり、本「再々申入及び要請書」は、公開の方式で行わせていただきますので、本書の内容及びそれに対する貴社の回答の有無・回答内容等は、全て、当団体ウェブサイト等で公開いたします。

記

第1 申入れ

1 申入れの趣旨

当団体は、貴社に対し、景品表示法第34条（旧第30条）に基づき、
（1）貴社のウェブサイト（<https://www.p-gyms.jp/>）の「パーソナルトレーニング」の表示の停止を請求します。

- (2) 貴社が、「パーソナルトレーニング」の表示を停止しない場合でも、貴社ウェブサイトにおいて、貴社の表示する「パーソナルトレーニング」の具体的内容が、実際には、完全な1対1（完全なマンツーマン）のトレーニングではなく、「1対2のトレーニング」であることを、一般消費者に対して明確かつ容易にわかるように表示・説明を行うことを含めた措置をとることを請求します。

2 申入れの理由

- (1) 貴社は、貴社ウェブサイト (<https://www.p-gyms.jp/>) において、貴社が提供（供給）するトレーニング役務である「パーソナルジムGYMS（ジムズ）」について、

「パーソナルトレーニング×痩身エステでつくる劇的60日間」

「パーソナルトレーニング50分×8回のコースが23,200円（2,900円/回）」

などの表示を現に行っており、貴社は、前記回答書において、貴社ウェブサイト上の「パーソナルトレーニング」の定義として、「お客様一人ひとりの目標や現状に合わせて個別に設計されたトレーニング」であると主張し、貴社が提供する「1対2のトレーニング」も、（貴社の考える）「パーソナルトレーニング」の定義に当てはまるから、貴社が実際に行う「1対2のトレーニング」という内容の役務のことを「パーソナルトレーニング」と表示をしても、景品表示法上の問題はない旨の見解を示されています。

- (2) 景品表示法第34条第1項第1号は、適格消費者団体は、事業者が、不特定かつ多数の一般消費者に対して、「・・・役務の品質、規格その他の内容について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の・・・役務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誤認される表示をする」行為を現に行い又は行うおそれがあるときは、当該事業者に対し、当該行為の停止若しくは予防又は当該行為が当該各号に規定する表示をしたものである旨の周知その他の当該行為の停止若しくは予防に必要な措置をとることを請求することができると規定しています（優良誤認表示に対する差止請求権）。

そして、事業者が一般消費者に対して優良誤認表示を行う行為は、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として、景品表示法第5条第1号で禁止されています。

また、「著しく」とは、当該表示の誇張・誇大の程度が、社会一般に許容されている程度を超えていることを指し、誇張・誇大が社会一般に許容されている程度を超えるものであるか否かは、当該表示を誤認して顧客が

誘引されるか否かで判断されます（別紙消費者庁資料）。

このように、ある表示が優良誤認表示といえるかどうかは、あくまでも、一般消費者や社会一般の目から見た基準で判断されるものです。

- (3) しかしながら、貴社の「パーソナルトレーニング」の表示の定義や「パーソナルトレーニング」の中に「1対2のトレーニング」が含まれるとの見解は、貴社独自の見解であり、一般消費者や社会一般の目から見て、「パーソナルトレーニング」との表示には「1対2のトレーニング」は含まれず、「1対2のトレーニング」のことを「パーソナルトレーニング」と表示する行為は、当該表示の誇張・誇大の程度が社会一般に許容される程度を超えており、「パーソナルトレーニング」との貴社の表示を見た一般消費者・顧客は「1対1のトレーニング」の役務を受けられるものと誤認して誘引されることは明らかなです。

現に、一般消費者からは、貴社の「パーソナルトレーニング」が実際には「1対1のトレーニング」ではなかったことを理由とする苦情や相談が当団体に多数寄せられています。

- (4) よって、貴社の「パーソナルトレーニング」という表示は景品表示法の優良誤認表示に該当することから、申入れの趣旨記載の申入れを行います。

第2 要請

1 要請の趣旨

当団体は、貴社に対し、消費者基本法第8条及び消費者契約法第3条第1項第2号の趣旨に基づき、消費者に対する適切な勧誘を行うこと及び契約内容について適切な説明を行うことを要請します。

2 要請の理由

- (1) 消費者基本法第8条は、消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとすると規定しています。

また、消費者契約法第3条第1項第2号は、事業者は、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、物品、権利、役務その他の消費者契約の目的となるものの性質に応じ、事業者が知ることができた個々の消費者の年齢、心身の状態、知識及び経験を総合的に考慮した上で、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ことに努めなければならないと規定しています。

- (2) 当団体には、一般消費者から、貴社が運営・提供する「パーソナルジム G YMS」について、「予約が取れない」「強引な勧誘をされた」「契約書が交付されない」「説明内容と契約内容が異なる」「食事管理サービスや痩身エステの内容が説明と異なる」「サプリ等の定期購入を強く迫られた」など、貴社の不適切な勧誘や説明不足に起因すると思われる相談や苦情が、多数寄せられています。
- (3) 以上より、当団体は、貴社に対して、要請の趣旨記載のと通りの要請をします。

以 上