

2018年9月18日

株式会社 鍵
代表取締役 藤原 祥記 様

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 榎 彰 徳
【連絡先（事務局）】担当：小川
〒540-0033 大阪府中央区石町一丁目1番1号
天満橋千代田ビル
TEL:06-6920-2911 FAX:06-6945-0730
E-mail : info@kc-s.or.jp
HP : http://www.kc-s.or.jp

申入書及び要請書

当団体の「再々お問い合わせ」に対し、貴社より2018年3月26日付で回答をいただきました。

上記回答を検討致しましたところ、消費者利益の保護の観点から見て、未だいくつかの問題点や疑問点があります。

そこで、当団体は貴社に対して、以下の通り【申入れ】及び【要請】をさせていただきます。

【申入れ】は景品表示法第30条に規定される適格消費者団体としての差止請求であり、【要請】は、景品表示法30条に基づくものではなく、消費者団体としての任意の要請です。

本「申入れ及び要請」に対する貴社のご回答を、2018年10月18日までに、書面にて当団体事務局まで送付いただきますようお願いいたします。

なお、すでに貴社にご連絡のとおり、本「申入れ及び要請」につきましては、公開の方式で行わせていただきます。本「申入れ及び要請」の内容及びそれに対する貴社のご回答の有無とその内容等は、すべて当団体ホームページ等で公表いたしますので、その旨ご承知おきください。

記

【申入れ】

1 申入れの趣旨

現在、貴社が提供する「鍵のレスキュー 鍵の110番救急車」のweb上（以下、「本件web上」といいます。）にて使用されている、下記表示（以下、「本件表示」といいます。）を削除するよう求めます。

「日本一の鍵開け技術」

「日本一の技術」

「日本一の鍵技術」

「3つの日本一」

「売上・出張回数日本一」

「No. 1年間売上」

「No. 1年間解決件数15万件」

「No. 1総トラブル解決件数」

2 申入れの理由

- (1) 景品表示法（以下、「景表法」といいます。）上、事業者が自己の供給する商品等の内容や取引条件について、実際のもの又は競争事業者のものよりも著しく優良又は有利であると一般消費者に誤認される表示を行った場合には、不当表示として、同法第5条第1項第1号（優良誤認）又は同第2号（有利誤認）の規定に違反するとともに、適格消費者団体による差止めの対象となります（同法30条）。

本件表示は、それぞれ「No. 1」「日本一」という表現を使用しています。

このような表示（いわゆるNo. 1表示）は、同種の商品等の内容や取引条件に関して比較又は差別化に資するための明確な指標となるものであることから、一般消費者が商品等を選択するに際して、その選択に要する時間の短縮、商品等の内容や取引条件に係る情報収集コストの削減等の効果があり、一般的には一般消費者にとって有益な情報と位置付けられます。他方で、当該表示は数値指標であり、その客観性・正確性が特に要請されることから、それを欠く場合、一般消費者の適正な商品等の選択を阻害するおそれがあります。すなわち、同表示については、表示内容の如何によっては優良・有利誤認に該当する可能性があります。

- (2) No. 1表示の景表法上の不当表示の要件該当性については、不当表示に該当しないための行政の解釈指針であるところの公正取引委員会事務総局作成の「No. 1表示に関する実態調査報告書¹」における「考え方」（以下、「本ガイドライン」といいます。）が参考となります。

本ガイドラインでは、No. 1表示が景表法上の不当表示に該当しないための要件として、

¹ <http://www.yakujihou.com/content/pdf/2-D2.pdf>

① No. 1 表示の内容が客観的な調査に基づいていること（以下、要件①といたします。）、

② 調査結果を正確かつ適正に引用していること（以下、要件②といたします。）

の両方を満たす必要があるとしています。

しかるに、本件表示は、上記要件のいずれも満たしていません。

I 「日本一の鍵開け技術」「日本一の技術」「日本一の鍵技術」について

「日本一」の表示は、国内の鍵の救急対応を行う競合企業の中で最も優れているという意味ですから、No. 1 表示と同義であり、不当表示の該当性の判断に際して本ガイドラインの考え方がその解釈指針として参考となります。

まず、要件①に該当するためには、日本一と評価するに足る十分な統計的客観性が確保された調査結果が存在する必要があります。この点、「日本一」と記載された各表示においては、同一画面上の消費者が「日本一」の表記と一覽可能な位置（以下これを「同一画面上」と表記します。）に調査結果の引用がなされていないため、その根拠自体が不明です。ただし、同一画面から外れた本件web上には「バルク調べ」と記載されている箇所もあることから、株式会社バルクが公表した「鍵の救急市場に関するリサーチ結果」²を検討しました。

しかしながら、同調べは「鍵の救急対応を年間3万件以上対応していると思われる企業」として選定した4社のみの比較調査となっており、4社を選定した基準や実態調査の方法については何ら示されていません。そればかりか、国内全体の市場規模について数字等を用いた具体的分析はなく、当該4社の国内市場における競争力も不明であるため、4社間の比較によって直ちに「日本一」とあるとの結果を導き出すことはできません。

次に、要件②における適正な引用と言えるためには、「日本一」が表示されている同一画面において明瞭に調査結果を引用する必要がありますが、表示の同一画面には、調査結果の引用がなされておらず、適正な引用の存在は認められません。

さらに、要件②における正確な引用と言えるためには、表示とその根拠となる調査結果との間に乖離がないことが必要ですが、上述のとおり適正な引用がなされていないため、正確な引用の要件の充足も認められません。

念のため付言すると、バルク調べは、選定4社における「対応エリア」「自社対応エリア」「年間売上」「年間対応件数」「到着時間」「在庫鍵の種類」「特殊鍵対応」に関する比較調査の結果であり、調査対象企業ごとの鍵開け技術の質に関する比較調査は実施されていません。したがって、バルク調べの結果から表示内容となる鍵開けの技術の質が日本一であることを当然に導き出すことはできず、表示と調査結果が乖離する結果となっています。

なお、対応できる鍵の数が多いたことが、直ちに「鍵開け技術」「鍵技術」「技術」の質が日本一であるとの裏付けにはなりません。ましてや、作業技術は作業員の個別的な能力によって異なるのが現状であるため、個々人の技術を超えて、鍵開

² <https://www.vlcank.com/mr/report/b007/>

けの技術を企業ごとに比較することはほとんど不可能に近く、鍵開けの技術が日本一の企業であるという裏付けは、その性質上証明不能に近いものであると言わざるを得ません。

以上のとおり、「日本一の鍵開け技術」「日本一の技術」「日本一の鍵技術」については、本ガイドラインにおける各要件を満たしておらず、十分な客観的根拠なく貴社の技術等が日本一であるとの誤認を与えるものと言わざるを得ません。よって、同表示は「商品又は役務の品質、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著しく優良であると誤認される表示」（景品表示法30条1項1号）に該当します。

II 「3つの日本一」「売上・出張回数日本一の会社」「No. 1年間売上」「No. 1年間解決件数15万件」「No. 1総トラブル解決件数」について

まず、本件web上のホーム画面において、「3つの日本一」「売上・出張回数日本一の会社」との記載の下部に、「No. 1年間売上」「No. 1年間解決件数15万件」「No. 1総トラブル解決件数」と記載し、その根拠として、バルク調べ、自社調べを引用しています。

この点、上記要件①に該当するためには、バルク調べ並びに自社調べにおいて、日本一と評価するに足る十分な統計的客観性が確保されていることが必要あるところ、バルク調べが客観性を欠いていることは上記Iで指摘したとおりです。

さらに、自社調べも、他の調査と同様、統計的客観性を担保できる適正な基準・調査方法等を実施する必要がありますが、貴社において引用されている自社調べには、日本一と評価できるだけの十分な調査を尽くした形跡は認められません。

要件②についても、本件web上は「自社調べ」との引用はありますが、本来自社による調査は性質上恣意的な評価が加えられやすく、客観的なものとはいえない独自の基準で調査が行われている場合もありうることから、客観性を確保するためにも特に積極的に調査内容を開示すべき情報に該当しますが、本件の自社調べは、その調査結果が一般に公表されておらず、一般消費者よって確認できないことから、調査結果の適正な引用も認められません。

以上のとおり、「No. 1年間売上」「No. 1年間解決件数15万件」「No. 1総トラブル解決件数」が本ガイドラインの要件を満たしていない以上、それを根拠に表示した、「3つの日本一」「売上・出張回数日本一の会社」についても、本ガイドラインの要件を満たしておらず、十分な客観的根拠なく、貴社の技術等が日本一であるとの誤認を与えるものと言わざるを得ません。

よって、同表示は「商品又は役務の品質、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著しく優良であると誤認される表示」（景品表示法30条1項1号）に該当します。

【要請】

【1】

(要請の趣旨)

本件web上にある下記表示中の、「ピッキング・迂回開錠・破壊開錠・その他独自の技術で万が一すべての技術を用いても鍵を開けることができなければ出張料・作業料ともに無料とさせていただきます。ご依頼後のお客様ご都合でのキャンセルは出張料・キャンセル料が発生する場合があります。」との注意書き（以下、「本件注意書き」といいます。）の文字を現時点のものよりも拡大して表示するよう求めます。また、注意書きにおいて、「破壊開錠」が一部部品の破壊を伴うことについての説明を付加するよう求めます。

日本全国で
鍵をなくした・開かない

どんな鍵トラブルでも
OK牧場!

**鍵のトラブル
今すぐ行きます!**

選ばれる3つの理由

早い!
平均到着時間
16分56秒

安い!
日本一の技術で
どんな鍵でも開錠!※2

安心!
お客様満足度
91.0%

トラブル解決
100万件

※1 2016年5月度株式会社 バルク調べ ※2 ピッキング、迂回開錠、破壊開錠、その他独自技術で万が一すべての技術を用いても鍵を開けることが出来なければ出張料、作業料ともに無料とさせていただきます。お客様のご都合でのキャンセルは出張料・キャンセル料が発生する場合があります。

鍵開けなう! 2018/05/25 10:26 【依頼内容：住宅鍵交換】 【出張エリア：東京都墨田区八広】 【現場作業員：手配中】

助けて鍵屋さん〜!

鍵のトラブル、お電話1本で今すぐ行きます!

プロの錠前技師が
お客様のもとに行って
鍵トラブルを解決します!

お電話いつでも
お待ちしております!

☎ スマホ・携帯・PHSからもOK!お気軽にお電話ください。

24時間365日対応! 日本全国どこでも出張!

0120-3333-99

※1 鍵交換、鍵車付作業については1年保証、鍵開けを含むその他作業については7日保証になります。
※2 ピッキング、迂回開錠、破壊開錠等の技術を用いても鍵を開けることが出来なければ出張料、作業料ともに無料とさせていただきます。ご依頼後お客様のご都合でのキャンセルは出張料、キャンセル料が発生する場合があります。詳しくはお電話を頂くか料金表をご覧ください。

(要請の理由)

本件注意書きは、追加的費用に関する表示であり、かつ、一般消費者が解錠作業を依頼するにあたり、作業料金以外の費用の存在は自主的かつ合理的な選択に必要な不可欠な情報に該当します。

このような表示のあり方については、消費者庁の「打消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点（実態調査報告書のまとめ）」³の「考え方」が参考となるところ、文字の大きさ・配置箇所・背景等からそれを正しく認識できないことにより、一般消費者に、実際のもの又は競争事業者に係るものよりも著しく優良又は有利なものであると誤認される場合には、景品表示法に違反するとしています。

この点、本件注意書きはどちらも、その直前の文字に比べて格段に小さく、拡大することなく読み取ることは難しいサイズであり、かつ、冒頭の注意書きに至っては背景にある街並みの画像に紛れて見落とししやすい状態であるなど、一般消費者が特に注視し、拡大させなければ把握することが困難な表示です。

その上、利用者の大半は、鍵の紛失や閉じ込めなど緊急を要し、時間的・心理的余裕を欠く状態において利用することから、平常時に比べてより一層、同表示の把握を期待することが困難であると考えられ、現状の表示が一般消費者にとって正しく認識できる表示とは認められません。

そのため、本件注意書きについては現状よりも拡大して表示することを求めます。なお、拡大とは、パソコン又はスマートフォンにて本件webを閲覧する一般消費者が、特に拡大表示のための作業を講じることなく、一見して内容を把握できる程度であり、同一画面にあるほかの表示と比べても、本件注意書きが注意を引き付ける程度の大きさを指します。

また、一般消費者の通常想定する「開錠」とは、特殊工具等を使った、部品の破壊を伴わない開錠であり、何らかの部品を破壊することは想定していないと考えられます。しかるに、本件注意書きを含め、貴社の広告等においては、一部部品の破壊を伴う開錠も、「破壊開錠」として「開錠」の定義に含めており、一般消費者においてその意味が容易に理解できる内容にはなっていません。

ところが、仮に現地で一般消費者が貴社担当者より破壊開錠を提案された場合に、想定外としてキャンセルをした場合、お客様都合のキャンセルとして取り扱われることとなります。

このような取扱が妥当であるかは措くとしても、少なくとも、一般消費者が容易に理解できる表示とする必要があるため、一部部品の破壊を伴う「開錠」も存在することについて、本件注意書きに付加して説明するよう求めます。なお、その説明部分については上記と同様、拡大して表示してください。

³

http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_180607_0004.pdf

【2】

(要請の趣旨)

本件w e b上にて、「安心価格」の表示を削除するよう求めます。

(要請の理由)

「安心価格」との表示は、一般的消費者にとって、良心的な価格、安い価格という意味を連想させる表現であり、「鍵開け5, 800円～、鍵交換8, 000円～」という表示と併記することで、一見して作業料金が上記金額程度の良心的又は安い価格であることを印象付けるものです。

しかし、上記金額はあくまでも各作業における最低の基本作業料金を示したものにすぎません。実際は、鍵開けではメーカー・鍵のピン数等により基本作業料金が異なり、最高基本作業料金が20万円近いものまであるなど、その差が極めて大きい料金設定になっています。

さらに、鍵開けの作業料金は、現場での作業時間と比例し、作業の難易度・作業員の技術力という不確定要素によって料金変動し、事前想定が困難かつ不透明な料金体系になっていることから、実際上の平均的な料金額は、上記最低料金から乖離するケースが多くなります。以上からすれば、貴社の価格設定を良心的・安い価格とする合理的根拠は示されていないといえます。

このように、上記表示は、作業料金について、一般消費者に対して実際の料金よりも安い価格であると誤認させる表示であり、削除を求めます。

【3】

(要請の趣旨)

本件w e b上のホーム画面において、最低作業料金のみならず最高作業料金の表示並びに平均的な料金額の表示を行うよう求めます。

(要請の理由)

本件w e b上のホーム画面において、作業料金を「鍵開け¥5, 800～、鍵交換¥8, 000～」と表示し、本件w e b上で貴社が提供するかんたん料金チェックを利用しても、鍵開け、鍵交換共に上記最低作業料金しか表示されません。

このような場合、一般消費者においては、上記額を基準として料金額を想定することになり、実際の作業料金との乖離を理由とするトラブルに発展しかねません。一般消費者に誤認を生じさせないよう、本件w e b上のホーム画面において、最低作業料金のみならず、最高作業料金並びに平均的な料金額を表示するよう求めます。

【4】

(要請の趣旨)

本件w e b上のホーム画面記載の「ご利用シェア第1位」の根拠となっている楽天リサーチ調べについて、本件w e b上での発行年月日・調査名称を併記するよう求めます。

(要請の理由)

本件w e b上のホーム画面において、「ご利用シェア第1位」と記載し、その根拠として、楽天リサーチ調べを引用しています。

上述のとおり、「No. 1表示に関する実態調査報告書」におけるガイドラインによると、①No. 1表示の内容が客観的な調査に基づいていること、②調査結果を正確かつ適正に引用していることの両方を満たす必要があります。

この点、楽天リサーチ調べについては、その引用に関して発行年月日・調査名称が記載されていません。具体的な調査名称並びに調査年月日を併記することを求めます。

【5】

(要請の趣旨)

本件w e b上のホーム画面記載の「ご利用シェア第1位」の下に記載されている満足度調査の結果について、調査年月日・調査名称を併記するよう求めます。

(要請の理由)

本件w e b上のホーム画面において、「ご利用シェア第1位」の下部に満足度調査結果を記載されていますが、その根拠となる調査が引用されていません。

顧客満足度は、商品やサービスの品質・規格等の内容について優良であるという印象を与えるものであり、顧客満足度について、100%又は100%に近い数字を記載する場合には、「No. 1」表示と極めて性質が類似するため、調査結果の適正かつ正確な引用が求められます。よって、具体的な調査名称、その調査年月日を併記することを求めます。

【6】

(要請の趣旨)

本件w e b上のホーム画面記載の「平均到着時間は約15分」との表示については、地域を特定するなど、同サービスを受けられる正確な条件を付加して表示するよう求めます。

(要請の理由)

本件w e b上のホーム画面において、「平均到着時間は約15分」との表示を行っています。利用者の大半が鍵の紛失・閉じ込めなど緊急を要する場面での依頼であることに照らせば、平均到着時間の表示は、一般消費者が商品・サービスを選択するに当たって重要な考慮要素となります。そのため、このような情報は正確に表示することが求められ、不正確な情報の提供により、一般消費者に、実際のもの又は競争事業者に係るものよりも著しく優良又は有利なものであると誤認

される場合には、景品表示法に違反することになります。

この点、貴社の対応エリアは全国47都道府県であるため、地域等の限定なく、単に「平均到着時間は約15分」とする表示は、全国の地域において同サービスが受けられることを指します。

しかし、本件web上の会社案内・料金明細によると貴社の本社及び支社が対応しているエリアは、全国27都道府県（北海道・宮城・山形・東京都・神奈川県・栃木・茨城・群馬・埼玉・千葉・名古屋・三重・岐阜・奈良・京都・滋賀・大阪・兵庫・香川・徳島・広島・岡山・山口・福岡・佐賀・長崎・熊本）に限られており、貴社が全国47都道府県の全地域にて平均15分到着という迅速なサービスを提供しているという根拠を確認することはできませんでした。よって、地域等の限定なく「平均到着時間は約15分」とする表示は、不正確な表示となります。

そこで、正確な表示とするため、地域を特定するなど、同サービスを受けられる正確な条件を付加して表示するよう求めます。

【7】

（要請の趣旨）

下記内容の電話対応等のマニュアルの作成と実施を求めます。

- ① 出動前の見積もり提示の徹底
- ② ①ができない場合の出動前の料金標準額や上限額の提示の徹底
- ③ ①②が全くできない場合の見積もりのための出張費用の無料化
- ④ 出動前のキャンセル費用の説明の徹底

（要請の理由）

依頼者が請求される平均的な作業料金が、実際には5,800円や8,000円といった1万円未満の金額に収まらないことはすでに上記【2】にて指摘したとおりです。そのため、依頼者に対する、出動依頼時の電話での十分な料金説明が不可欠です。

しかしながら、実際は料金説明が十分に実施されておらず、当団体には、現場にて貴社担当者より高額な見積もりを提示されたという相談や、キャンセル料・出張費用の請求に関する相談など料金トラブルに関する相談が寄せられています。

そこで、下記内容の電話対応等のマニュアルの作成と実施を求めます。

- ① 出動前の見積もり提示の徹底
依頼者より電話・メールにて出動依頼を受けた場合には、必ず、住所・解錠の対象物・鍵や鍵穴に関するメーカー・種類・特徴等を十分に聞き取るなどして、出動前に個別事情に即した料金（出張費用等を含む）の見積もりを行うこと。
- ② 出動前の標準額や上限価格の提示の徹底

情報量の不足等から見積もりの提示が難しい場合には、必ず作業料金の標準価格及び上限価格の提示を行うこと。

なお、作業料金の標準価格の提示とは、例えば、一軒家の鍵開け依頼の場合では、縦方向の鍵穴か、横方向での鍵穴か、ディンプルキーであるのかなどを確認し、各鍵穴や鍵の特徴から、縦方向の鍵穴であれば標準的には〇〇円、横方向の鍵穴であれば標準的には〇〇円、ディンプルキーであれば標準的には〇〇円がかかるといった説明を指し、実際の料金額ができる限り依頼者の想定範囲に収まるような具体的な作業料金の標準額を示すことであり、単に最低作業料金を伝えるものではありません。

また、上限価格の提示とは、特徴は同じでもメーカーによって金額が異なる場合には、例えば、メーカーによってディンプルキーの場合でも低いものは〇〇円から高いものは〇〇円までの幅があるといった説明を指し、下限や上記標準額だけでなく、上限金額を示すことです。

③ 見積もりのための出動の場合の出張費無料化

仮に①及び②の提示できない事案においては、見積もりのための出張を無料として対応するよう求めます。

④ 出動前のキャンセル費用の説明の徹底

貴社においては、出動後のキャンセルは、そのほとんどがお客様都合のキャンセルとして取り扱われるため、キャンセルにかかる出張費・キャンセル料が発生します。そのため、出動前において、必ずキャンセルの場合に生じる費用について説明するよう求めます。

【8】

(要請の趣旨)

本件web上の料金明細において記載されている出張費用に関して、現在表示されている都道府県以外の地域についても地域ごとの金額を明示するよう求めます。

(要請の理由)

上記【6】でも指摘したとおり、本件web上では、対応エリアを全国47都道府県としていますが、料金明細の出張費用に関する表には27都道府県の地域しか記載されていません。

全国47都道府県を対応エリアとしている以上、一部エリアのみの記載にとどまらず、全国47都道府県におけるすべての地域に関する出張費用を明記するよう求めます。

【9】

(要請の趣旨)

本件web上の料金明細について以下の改善を求めます。

- ① カテゴリ名の明示
- ② 各カテゴリ内の並び替え
- ③ カテゴリごとのリンクボタンの設置
- ④ 文字の拡大

(要請の理由)

本件web上の料金明細は、極めて分かりにくい記載となっています。そのため、以下の改善を求めます。

① カテゴリ名の明示

表においては、頭文字のアルファベット毎に分類されており、現状においてはH・M・A・S・K・F・CY・MT・B・TU・HGEC～KSHに分類されています。これは鍵開けの対象（一軒家、マンション、アパート、車、バイクなど）で分類しているものと推察されますが、実際にどのような分類であるのかは一見して不明であるため、一軒家、マンションなどカテゴリ名を明示するよう求めます。

② 各カテゴリ内の並び替え

また、各カテゴリ内は不規則に並べられており、鍵メーカーが点在しているため、メーカー自体の確認やメーカーごとの基本作業料金の下限・上限を知ることが容易ではありません。そのため、各カテゴリ内は、鍵メーカーごとに並び替え（ひらがな・漢字表記については五十音順、アルファベット表記についてはアルファベット順）、同じメーカー内は作業料金の安いほうから順で並び替えるよう求めます。

③ カテゴリごとのリンクボタンの設置

より見やすい工夫として、見たいカテゴリの表にすぐ飛べるリンクのボタンをホーム画面上に設置するよう求めます。

④ 文字の拡大

料金明細という一般消費者にとって重要な情報であることに鑑みれば、現状よりも拡大して（パソコン又はスマートフォンにて本件webを閲覧する一般消費者が、特に拡大表示のための作業を講じることなく、一見して把握できる程度の大きさ）、表示することを求めます。

【10】

(要請の趣旨)

かんたん料金チェック機能について、住所・解錠の対象物・鍵・鍵穴の特徴やメーカーを選択する機能を付加して、より実際の価格に近い金額が算出できるよう改善を求めます。

(要請の理由)

本件webではかんたん料金チェックの機能が存在し、「スピード見積もり！」と表示していますが、これは単に作業ごとの最低基本作業料金を記載したもので

見積もりとしての意味をなしていません。

スピード見積もり機能については、住所・解錠の対象物・鍵・鍵穴の特徴やメーカーを選択する機能を付加して、より実際の料金に近い金額が算出できるように改善するよう求めます。

以上