

平成27年11月24日
消費者庁

特定商取引法に基づく行政処分について

本日、中国経済産業局が特定商取引法に基づく行政処分を実施しましたので公表します。

本件は、特定商取引法第69条第3項の規定に基づき、消費者庁長官の権限委任を受けた中国経済産業局長が実施したものです。



特定商取引法違反の訪問販売業者に対する 業務停止命令（6か月）について

- 中国経済産業局は、家庭用温熱治療器及び低周波・電気マッサージ組合せ家庭用医療機器の訪問販売を行っていた株式会社正夢（福岡県久留米市）に対し、本日、特定商取引法第8条第1項の規定に基づき、平成27年11月25日から平成28年5月24日までの6か月間、訪問販売に関する業務の一部（新規勧誘、申込受付及び契約締結）を停止するように命じました。
- 認定した違反行為は、勧誘目的等不明示、不実告知、迷惑勧誘・迷惑解除妨害です。
- 処分の詳細は、別紙のとおりです。
- なお、本処分は、特定商取引法第69条第3項の規定に基づき、消費者庁長官の権限委任を受けた中国経済産業局長が実施したものです。
- また、当該事業者については、岡山県、広島県においても本日付けで業務停止命令（6か月）を行っています。

1. 株式会社正夢（以下「同社」という。）は、家庭用温熱治療器「びわ温究」及び低周波・電気マッサージ組合せ家庭用医療機器「極楽仙人Ⅱ」（以下併せて「本件商品」という。）の訪問販売を行っていました。

2. 認定した違反行為は以下のとおりです。

(1) 同社は、本件商品の売買契約の締結について勧誘をするに際し、消費者宅を訪問した際に、商品の体験であるかのように告げるだけで、消費者に対し、勧誘に先立って、本件商品の売買契約の締結について勧誘する目的である旨を明らかにしていませんでした。

また、同社は、「日本ライフサポートの〇〇と言います。」と同社の屋号と営業員の名前を名乗るだけで、会社名を消費者に告げていませんでした。

（勧誘目的等不明示）

(2) 同社は、本件商品の売買契約の締結について勧誘をするに際し、「お母さんの血管は詰まる寸前です。このまま放っておいたら、血管が詰まって将来、足

を切らなければいけなくなります。」「足が青くなっています。腐ってきていますよ。このままでは、足を切らないといけなくなりますよ。」などと告げており、いまのままでは健康を害するおそれがあるかのように、消費者の恐怖心を煽るような不実のことを告げていました。

(契約の締結を必要とする事情に関する事項についての不実告知)

(3) 同社は、本件商品の売買契約の締結について勧誘をするに際し、消費者が何度も断っているにもかかわらず、長時間にわたり執拗に勧誘を続けていました。

また、同社は、本件商品の売買契約の締結後、クーリング・オフ期間内に解約を申し出た消費者に対し、「好転反応だと思えます。」「長く使わないと意味が無い。」などと言って、クーリング・オフをさせないように消費者を説得したりしていました。

(迷惑勧誘・迷惑解除妨害)

【本件に関するお問合せ】

本件に関するお問合せにつきましては、消費者庁から権限委任を受けて消費者庁とともに特定商取引法を担当している経済産業局の消費者相談室で承ります。お近くの経済産業局まで御連絡ください。

なお、本件に係る消費者と事業者間の個別トラブルにつきましては、お話を伺った上で、他機関の紹介などのアドバイスは行いますが、あっせん・仲介を行うことはできませんので、あらかじめ御了承ください。

北海道経済産業局消費者相談室	電話	011-709-1785
東北経済産業局消費者相談室		022-261-3011
関東経済産業局消費者相談室		048-601-1239
中部経済産業局消費者相談室		052-951-2836
近畿経済産業局消費者相談室		06-6966-6028
中国経済産業局消費者相談室		082-224-5673
四国経済産業局消費者相談室		087-811-8527
九州経済産業局消費者相談室		092-482-5458
沖縄総合事務局経済産業部消費者相談室		098-862-4373

○消費者ホットライン（全国統一番号） 188（局番なし）

身近な消費生活相談窓口を御案内します。

※一部のPHS、IP電話、プリペイド式携帯電話からは御利用いただけません。

○最寄りの消費生活センターを検索する

<http://www.kokusen.go.jp/map/index.html>

株式会社正夢に対する行政処分の概要

1. 事業者の概要

- (1) 名 称：株式会社正夢（せいむ）
屋 号：日本ライフサポート
営業所：岡山営業所、広島営業所、北九州営業所、
久留米営業所、大分営業所
- (2) 代 表 者：代表取締役 江村 雄人（えむら たけひと）
- (3) 所 在 地：福岡県久留米市東和町四丁目4号ウイングコート久留米2F
- (4) 資 本 金：300万円
- (5) 設 立：平成23年1月26日
- (6) 取引類型：訪問販売
- (7) 取扱商品：家庭用温熱治療器「びわ温究」
低周波・電気マッサージ組合せ家庭用医療機器「極楽仙人Ⅱ」

2. 取引の概要

株式会社正夢（以下「同社」という。）は、訪問販売をしようとする際、事前に消費者宅へ電話をかけ、あるいは直接、消費者宅を訪問し、「日本ライフサポートの〇〇と言います。」と屋号と営業員の名前を告げるだけで、その勧誘に先立って、会社名や勧誘する目的であることを告げずに消費者の家に上がり込んで、家庭用温熱治療器「びわ温究」や低周波・電気マッサージ組合せ家庭用医療機器「極楽仙人Ⅱ」（以下、併せて「本件商品」という。）を体験させた上で、「足が青くなっています。腐ってきていますよ。このままでは、足を切らないといけなくなりますよ。」などと不安を煽るような不実のことを告げて売買契約の締結について勧誘し、契約を行っていた。

また、購入をする意思がないことを告げた消費者に対し、執拗に勧誘を続けたり、契約締結後、解約を申し出た消費者に対し、「好転反応だと思います。」、「長く使わないと意味がない。」などと言って、クーリング・オフをさせないように説得したりしていた。

3. 行政処分（業務停止命令）の内容

(1) 内容

特定商取引に関する法律（以下「法」という。）第2条第1項に規定する訪問販売に関する業務のうち、次の業務を停止すること。

- ア 訪問販売に係る売買契約の締結について勧誘すること。
- イ 訪問販売に係る売買契約の申込みを受けること。
- ウ 訪問販売に係る売買契約を締結すること。

(2) 停止命令の期間

平成27年11月25日から平成28年5月24日まで（6か月間）

4. 命令の原因となる事実

同社は、以下のとおり、法に違反する行為を行っており、訪問販売に係る取引の公正及び購入者の利益が著しく害されるおそれがあると認められた。

(1) 勧誘目的等不明示（法第3条）

同社は、本件商品の売買契約の締結について勧誘をするに際し、消費者宅を訪問した際に、商品の体験であるかのように告げるだけで、消費者に対し、勧誘に先立って、本件商品の売買契約の締結について勧誘する目的である旨を明らかにしていなかった。

また、同社は、「日本ライフサポートの〇〇と言います。」と同社の屋号と営業員の名前を名乗るだけで、会社名を消費者に告げていなかった。

(2) 契約の締結を必要とする事情に関する事項についての不実告知
（法第6条第1項第6号）

同社は、本件商品の売買契約の締結について勧誘をするに際し、「お母さんの血管は詰まる寸前です。このまま放っておいたら、血管が詰まって将来、足を切らなければいけなくなります。」、「足が青くなっています。腐ってきていますよ。このままでは、足を切らないといけなくなりますよ。」などと告げており、いまのままでは健康を害するおそれがあるかのように、消費者の恐怖心を煽るような不実のことを告げていた。

(3) 迷惑勧誘・迷惑解除妨害（法第7条第4号、同法施行規則第7条第1号）

同社は、本件商品の売買契約の締結について勧誘をするに際し、消費者が何度も断っているにもかかわらず、長時間にわたり執拗に勧誘を続けていた。

また、同社は、本件商品の売買契約の締結後、クーリング・オフ期間内に解約を申し出た消費者に対し、「好転反応だと思えます。」、「長く使わないと意味が無い。」などと言って、クーリング・オフをさせないように消費者を説得したりしていた。

5. 勧誘事例

【事例1】

平成26年8月、消費者A宅に「こんにちは。日本ライフサポートです。健康の話聞いてもらえませんか。」という電話があった。Aは話を聞くだけなら良いと思い訪問を了解した。

Aが電話を切って30分も経たないうちに、玄関の方から「こんにちは。」と声がしたので、Aが玄関に出てみると、同社の営業員Zが立っていた。

Zは「さきほどお電話をした日本ライフサポートのZと言います。健康の話をしに来ました。話がちょっと長くなるので、家の中にあげてもらえませんか。」と言った。Zは、健康の話をしに来たとは言ったが、何かを売りに来たとは言わなかった。Aは「話が長くなるなら。」と思ってZを家の中に入れた。

Zは「良いものを持ってきているので、体験しませんか。これは『びわ温究』というもので、もぐさとびわの葉の成分が配合されていて、使うと足や腰の痛みが楽になるんですよ。」、「ちょっと試してみませんか。」と言った。Aは日頃から足や腰が痛くて痺れていて辛いので、少しでも楽になるならと思い、試してみることにした。

Aは、Zの言うとおりに大きいマットの上に仰向けになり、小さいマットを足に巻いた。

体験が終わった後、Zは、Aに血管の絵を見せながら「お母さんの血管は詰まる寸前です。このまま放っておいたら、血管が詰まって将来、足を切らなければいけなくなります。」「お母さんの血管はもうこのくらい詰まっていますよ。」「血管が詰まったら心筋梗塞や脳血栓、動脈硬化を起こしますよ。」「このままだと足が壊死して、切らなければいけなくなりますよ。」と言った。

Aは「自分の足を切断することになったら、大変なことになる。」と思い恐ろしくなった。

【事例2】

平成26年5月、消費者B宅に同社から電話がかかり、「足裏のツボを押す良い器械があります。今日は、お近くを回っていますので、試してみませんか。」と言われた。Bは「竹踏みを、何十年も朝晩やっているの結構です。」と言って断ったところ、電話の女性が「竹踏みよりもっといいものがあります。体験無料なので是非試してください。」と言った。Bは、そんなもので体が良くなるとは思えなかったので断ったが、女性から「寄らせてください。」と言われたので、Bは仕方なく「午後2時頃ならおりますけど。」と言った。

その日の午後、同社の営業員YがB宅にやって来たが、会社名や名前は言わなかった。Yが、「試しに使ってみてください。」と何度も言うので、Bは、試すだけならと思い、低周波・電気マッサージ組合せ家庭用医療機器「極楽仙人Ⅱ」の体験をすることにした。BはYに体験するには、電源が必要と言われたので、玄関からすぐの部屋で体験することにした。

Bは、椅子に座り、「極楽仙人Ⅱ」に足をのせる時、靴下を脱ぐと、YはBの足を見るなり、「足が青くなっています。腐ってきていますよ。このままでは、足を切らないといけなくなりますよ。」と言い、「治さないといけませんよ。治りますよ。」と言った。Bが「極楽仙人Ⅱ」の体験をしている間、Yは「治しましょう。」「治さないといけませんよ。」「治りますよ。」ということを何度も繰り返し言った。

体験が終わった頃、BがYに値段を聞くと、「税込みで42万5,000円です。」と言った。Bが「高いし、お金を持ってないから、買えません。」と言うと、Yは「銀行まで連れて行きますよ。」と言った。Bは、買う気がなかったので「息子に相談しないと決められません。」と言って断ると、Yは「息子さんに説明するので、息子さんから電話してもらってください。」と言い、名刺を差し出し、名刺に書いてある電話番号に電話するように言った。Bは、名刺を見て営業員がYという名前であることを知った。

【事例3】

平成27年1月、C宅に同社から電話があり「お灸で治すことができるんです。いいものがあるんです。今頃は熱くないお灸です。まずは試してみてください。後で訪問してもいいですか。」と言ったので、Cは「試すだけなら」と思い、同社の訪問を了解した。

しばらくして、玄関のチャイムが鳴ったので、Cが玄関に行くと、同社の営業員Xが立っていた。Xは、Cに日本ライフサポートの名刺を渡しながら「家庭用

温熱治療器『びわ温究』の説明に来ました。上がってもいいですか。」と言った。

CはXを、先程の電話の人だと思い、部屋に案内した。

Xは訪問してから体験するまで、「びわ温究」を売りに来たという話や、値段の話は一切しなかったが、体験の後、Xは「気持ちがいいということは、体に良いということですよ。」「長く使われるために、是非、買われたらどうですか。」と言い、Cに買うことを勧めた。

CはXに値段を聞いて「高い」と思ったが、「いいものは高いので仕方が無い。これで元気になれば。」という気持ちになり、Cは買うことに同意した。

当日は頭金として1万円を現金で支払い、残金の42万2千円は、2日後に集金に来るXに現金で支払うことになった。

「びわ温究」を使った翌日、Cは、朝から腰が我慢できない位痛くなり、夜になっても腰の痛みが治まらなかったので、「びわ温究」は体に合わない。値段も高いし今後も使う気はない。返品しよう。と決めた。

Xが約束の日時にC宅に来たので、Cは「『びわ温究』を試したけど、翌日腰が痛くなった。」「自分には合わないから買っても使わないので、返品しようと思う。」と言い、Xに対しクーリング・オフすることを伝えた。

Xは、「腰が痛くなったのは、好転反応だと思います。」「上手に、長く使えば、絶対に良くなります。」「それで良くなった人がいっぱいいます。」などと一生懸命話し、なかなか返品に応じなかった。結局、Xは、クーリング・オフを受け付けず、Cは、残金の42万2千円をXに支払った。

3日後、Cは、返品の意味を伝えるために、Xから貰った名刺を見て、サポートセンターに電話をして、Xを自宅に呼んだ。CはXを部屋に案内してすぐに、「痛くて我慢できない」、「やっぱり返品したい。」とクーリング・オフの意味を伝えた。

しかし、Xは、「長く使わないと意味が無い。」「今、痛いのは好転反応なんよ、徐々に良くなってくるんよ。」「長いこと使って効果が出た人がいっぱいいるんよ。」としゃべり続けた。

Cは、クーリング・オフの期間内に、Xに2度も「びわ温究」の返品を申し出たのに、Xが応じてくれないので、Cは「Xは何を言っても分かってくれない。」「何を言ったら分かってくれるのか。」「返品をあきらめなければいけないのか。」と、途方に暮れた。

【事例4】

平成26年12月、電話で断ったにもかかわらず、同社の営業員WがD宅にやってきて「身体の悪いところはありませんか。以前、マットを買ってもらったことがあります。そのマットの中のビワの葉やもぐさの成分がなくなっているかどうか見せてください。」と言って、家に入ってきた。Wが訪ねて来た時、「何かを売りに来ました。」というような話は一切なかった。

Dは、家にあったマットをWに見せたところ、Wはマットのチャックを開けて何も言わずにマットの中を見ていた。

しばらくして、Wは、持っていたカバンの中から、低周波・電気マッサージ組合せ家庭用医療機器「極楽仙人Ⅱ」を取りだし、「この治療器を使えば、病院に行かなくても病気がよくなる。病院の強い薬を飲む必要もなくなります。病院の薬はきつい。頭が痛いのも治ります。ぜひ、買ってみてください。」などと言って、Dに、この器械を買うよう勧めた。

Dは、その話を聞いて「そんな器械を使って病気が治るわけがない。そんなう

まい話があるわけがない。」と思ったので、Wに「そんなものいらんから帰ってくれ。」とはっきり断った。

しかし、Wは「試しに使うてみてください。」と言って、「極楽仙人Ⅱ」を床に置いて準備し、Dに、器械の上に足を乗せるように勧めた。

それでも、Dは、電気を通したくらいで自分の病気が治るわけがないとの気持ちは変わらず、到底買うつもりにはなれなかったので「やっぱりいらん。持って帰ってくれ。」と言って断ると、Wは「買おうが買うまあが、ええんじゃけれど。お金は生きていうちに使いんさい。」などと言って、「買った方がいい。」と繰り返し言った。その後もDは、Wに何度も「いらん。早く帰ってくれ。」ということ伝えたが、そのたびに買うように言われた。

Dは、Wから器械を買うようしつこく言われ続け、Wは、買うと言うまで帰ってくれそうにないと思った。

そして、Dは、午後6時頃から午後8時半頃まで2時間半もの間、Wから勧誘を受けて疲れてしまい、根負けして買うことに同意した。

Dは、Wが帰ってくれないので、お腹がすいても夕食を食べることができなかった。

【事例5】

平成26年6月、消費者E宅に同社から「火を使わないお灸があるんですよ。見て頂くだけでいいんです。見るだけ見てやってください。」という電話があった。Eは「見るだけなら」と、訪問を承諾したところ、その日の午後に、同社の営業員VがE宅を訪問した。

Vは「先程お電話させていただいた件で来させていただきました。」などと言い、Eに腰痛の具合を尋ねたので、Eが、農作業中に腰を痛め、医者に行っても完治せず辛い思いをしていることなどを説明すると、Vは、パンフレットを見せながら「極楽仙人Ⅱ」という器械で「火を使わないでお灸効果があります。」と説明した。そして、Vは「使ってみてください。ちょっと上がらせてください。」と言って玄関から部屋に上がり、器械を畳の上に置き、Eに器械の使用方法を教え、体験させた。

Vは「絶対効果がありますから、是非試してみてください。」などと繰り返し言って、器械を熱心に勧めた。Eは「この辛い腰痛が治るなら、少くとも使ってみたい。」と思い、藁にも縋る思いで器械を購入することに決めた。

数日後、Eは、器械は高いし、腰痛への効果も感じられないと思ったことから、クーリング・オフ期限内にクーリング・オフしようと考え、同社に電話してクーリング・オフを申し出た。同社の電話に出た女性が、Eの申し出に対して「1週間や10日使った位では、効果は現れません。」「長く使っていれば、絶対に効果があります。」等と熱心に説得し、「近いうちに営業の担当者をお宅に伺わせませす。」と言って押し切り、クーリング・オフに応じなかった。

数日後、VがE宅に再び訪問して「長く続けていけば、絶対に効果があります。」と言ったり、腰が曲がったおばあさんが、「極楽仙人Ⅱ」を使って腰が伸びた話を、腰の曲がり具合や伸び具合を実演して見せながら話すなど、クーリング・オフさせないよう熱心に説得した。さらに、Vは、Eにクーリング・オフの申し出を撤回する旨の念書を書かせた。Eは、Vに言われるまま文書を書いて、一度下書きした後に便箋に清書して、判子を押して念書をVに手渡した。