

平成20年3月27日  
経済産業省  
東北経済産業局

## 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（12か月）について

経済産業省は、いわゆる催眠商法により主に高齢者に対して電气温熱健康機器を販売している訪問販売業者である株式会社トーショウ（東京都大田区）に対し、特定商取引法第8条第1項の規定に基づき、本年3月28日から平成21年3月27日までの12か月間、訪問販売に関する業務の一部を停止するよう命じました。

認定した違反行為は、勧誘目的の不明示、不実告知、威迫・困惑、公衆の出入りする場所以外における勧誘等、下記の通りです。

同社と契約した消費者の平均年齢は75歳（最高齢94歳）であり、70歳以上の方が約8割でした。

なお、同社の代表者及び営業員は、本年2月に東京都が業務停止命令を行った訪問販売業者の有限会社スリー・A（東京都大田区）に在籍し、本件と同様の勧誘方法により訪問販売を行っていました。

### 1. 認定した違反行為の内容

- (1) 株式会社トーショウ（以下、「同社」という。）は、「ガラパリ®ラジウムヒーター」、「ガラパリ®湯治場気分」と称する電气温熱健康機器（以下、「本件商品」という。）の訪問販売を行っているところ、同社は、4チームによりレンタカーを用いて宮城県、静岡県、群馬県、愛知県、広島県など全国各地に出かけ、消費者宅を訪問し、「タダで物をあげるから、すぐ隣りに来てください。」「今度y（ショッピングセンター）のそばに100円ショップに対抗して80円ショップを出します。その見本を見せるので、ちょっと来て下さい。」などと告げ、本件商品の販売について勧誘をする目的である旨を告げずに、あらかじめ同社が借りていた個人の住居（以下、「販売会場」という。）に消費者を誘引し、本件商品の売買契約の締結について勧誘を行っていました。
- (2) 同社は、本件商品が医療機器でないことを認識していたにもかかわらず、販売会場に誘引した消費者に対し、「糖尿病に効く」、「高血圧にいい」、「これを使うと腰や肩の痛みが取れます。」と告げたり、「玉川温泉に行ったことがある人はいますか。それと同じ効果があるんですよ。」「このヒーターは岩盤浴と同じ効果があります。」

などと、本件商品の効能について不実のことを告げて勧誘を行っていました。

(3) 同社は、販売会場に誘引した消費者を複数の営業員で取り囲むようにしたり、大声で怒鳴るなどして、威迫し困惑させていたほか、消費者が、「いいません。」と断っているにもかかわらず、さらに契約を勧めるなど、迷惑を覚えさせるような仕方  
で勧誘を行っていました。

(4) 同社は、消費者が年金収入しかないため本件商品の代金を支払えない旨申し出て  
いるにもかかわらず、引き続き勧誘をしていたほか、本件商品の契約を締結した消  
費者に対し、職業や年収を確認せずに契約を締結させるなど、その支払能力に照ら  
して不相当と認められる勧誘を行っていました。

2. 同社の代表者や大半の営業員は、本年2月20日に東京都が業務停止命令を行った  
有限会社スリー・A(注)に平成19年9月まで在籍し、本件違反行為と同様の勧誘  
方法により訪問販売を行っていました。

また、同社との契約内容が確認できた消費者の平均年齢は75歳(最高齢94歳)  
であり、70歳以上の方が約8割でした。

3. なお、認定した違反行為のほかに、同社が、判断力不足の高齢者に対し、本件商品  
の勧誘を行い、売買契約の締結をさせていた事例がみられ、違反行為を行っていた疑  
いがあることから、経済産業省は、同社に対して行政指導も行いました。

4. 本件は、仙台市消費生活センターから東北経済産業局消費者相談室へ入った情報を  
端緒として調査を開始し、管内各県等と連携して調査した初めての案件です。

(注)東京都の公表資料 <http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2008/02/20i2k100.htm>

**【本件に関する問い合わせ先】**

経済産業省消費者相談室	電話	03 - 3501 - 4657
北海道経済産業局消費者相談室		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

## 株式会社トーショウに対する行政処分概要

### 1. 事業者の概要

- (1) 名称：株式会社トーショウ
- (2) 代表者：代表取締役 長内 正美（おさない まさみ）（注）
- (3) 所在地：東京都大田区新蒲田三丁目16番1号
- (4) 資本金：10万円
- (5) 設立：平成19年10月26日
- (6) 取引形態：訪問販売
- (7) 商品：「ガラパリ®ラジウムヒーター」、「ガラパリ®湯治場気分」と称する電気温熱健康機器 260,400円（税込価格）
- (8) 売上高：約3億6千万円（平成19年10月～平成20年1月の推計契約額）
- (9) 社員：33名（パート社員含む）

（注）株式会社トーショウの長内取締役及び大半の営業員は、本年2月20日付けで東京都が業務停止命令（12か月間）を行った有限会社スリー・Aに平成19年9月まで在籍し、本件と同様の勧誘方法により訪問販売を行っており、同年10月26日設立した株式会社トーショウにおいても、本件違反行為を行っていた。

### 2. 取引の概要

株式会社トーショウ（以下、「同社」という。）は、主に「ガラパリ®ラジウムヒーター」、「ガラパリ®湯治場気分」と称する電気温熱健康機器（以下、「本件商品」という。）の訪問販売を行っているところ、同社は、1チーム7,8人で編成した4チームによりレンタカーを用いて全国各地に出かけ消費者宅を訪問し、新規開店する80円ショップの宣伝のために雑貨品を配る等との口実で、個人の住居（以下、「販売会場」という。）に消費者を誘引していた。

さらに、同社は、販売会場に集まった消費者に対し、雑貨品がほしい人は「ハイハイ」と言って手を挙げるように、などと呼びかけた上で、健康の話や雑談を交えながら雑貨品を配り、最後に本件商品を出して消費者に試させ、あたかも本件商品を使用することで何らかの病気が治るかのよう不実のことを告げて、「これ、ほしい人。」等と尋ね、消費者が手を挙げた後に販売商品である旨を告げて申込みを受け、消費者宅において当該売買契約を締結していた。

### 3. 業務停止命令の内容と期間

#### (1) 業務停止命令の内容

特定商取引法第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。

- 売買契約の締結について勧誘すること。
- 売買契約の申込みを受けること。
- 売買契約を締結すること。

#### (2) 業務停止命令の期間

平成20年3月28日から平成21年3月27日まで（12か月間）

#### 4. 業務停止命令の原因となる事実

同社は、以下のとおり特定商取引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) 勧誘目的の不明示(特定商取引法第3条)

同社は、訪問販売に係る売買契約の締結について勧誘をするに先立ち、その相手方に対し、「タダで物をあげるから、すぐ隣りに来てください。」「今度、甲(地名)の駅の方に新しく100円均一の店を開くので、その宣伝で来ました。」「30分したらもうちょっといい物をあげますから農協の前に集合してください。」などと告げるだけで、本件売買契約の締結について勧誘をする目的である旨を告げていなかった。

##### (2) 商品の効能についての不実告知(特定商取引法第6条第1項第1号)

同社は、本件商品の勧誘をするに際し、その商品が医療機器でないにもかかわらず、販売会場に誘引した消費者に対し、「糖尿病に効く」「高血圧にいい」「体に当てて使うと血の循環がよくなる」「これを使うと腰や肩の痛みが取れます。」「股間に当てると、おしっこが近い人は即治ります。」と告げていたほか、「玉川温泉に行ったことがある人はいますか。それと同じ効果があるんですよ。」「病院に行くより、これを使った方がいい。」などと、あたかも本件商品を使用することで何らかの病気が治るかのように、商品の効能について不実のことを告げて勧誘をしていた。

##### (3) 威迫・困惑(特定商取引法第6条第3項)

同社は、本件商品の勧誘をするに際し、販売会場に誘引した消費者を複数の従業員で取り囲むようにしていたほか、大声で怒鳴るなど、威迫し困惑させていた。

##### (4) 公衆の出入りする場所以外における勧誘(特定商取引法第6条第4項)

同社は、本件商品の勧誘をするに際し、その消費者に対し、当該商品の販売目的を告げることなく、新規開店する88円ショップの宣伝のために雑貨品を無料で配りますなどと告げて、あらかじめ借りていた販売会場に誘引し勧誘をしていた。

##### (5) 迷惑勧誘(特定商取引法第7条第3号、特定商取引法施行規則第7条第1号)

同社は、本件商品の勧誘をするに際し、消費者が、「いいません。」と断っているにもかかわらず、さらに迷惑を覚えさせるような仕方で勧誘をしていたほか、申込みをした後に考え直して、「買えない。」と申し出た消費者に対し、迷惑を覚えさせるような仕方で申込みの撤回を妨げていた。

##### (6) 顧客の財産の状況に照らして不適當な勧誘

##### (特定商取引法第7条第3号、特定商取引法施行規則第7条第3号)

同社は、年金収入しかなく、本件商品の代金を支払えない旨申し出ている消費者に対し、引き続き勧誘をしていたほか、本件商品の売買契約を締結した消費者に対し、職業や年収を確認せずに契約を締結させるなど、その支払能力に照らして不適當と認められる勧誘を行っていた。

## 5．行政指導

経済産業省は、同社が、判断力不足の高齢者に対し、本件商品の勧誘を行い、売買契約の締結をさせていた事例がみられ、特定商取引法第7条第3号に基づく特定商取引法施行規則第7条第3号の規定に該当する行為を行っていた疑いがあることから、行政指導を行った。

## 6．勧誘事例

### 【事例1】

(株)トーショウの営業員は、平成19年10月、消費者A(70歳代)の自宅を訪問し、引換券のようなものを差し出して、「もうみなさん集まっているので、あちらの角に早く来てください。」と言った。Aがその場所へと出向くと、営業員は、「今度、甲(地名)の駅の方に新しく100円均一の店を開くので、その宣伝で来ました。」「新聞に折込チラシを入れただけだとなかなか見てもらえないので、こうして宣伝して回っています。」と言って、チラシ広告と雑貨品を配った。そして、午後3時にZさん宅に来れば、ラジオつきライトなどをあげる、と告げた。

Aが指定された民家に出向くと部屋に通されたが、20人以上の消費者がいて窮屈な状態であった。営業員は、包丁セットや皮むき器などの雑貨品の機能や特徴を一つ一つ説明し、「ほしい人は手を挙げて。」などと言って配り、最後にガラパリラジウムヒーターを出して、「このヒーターは岩盤浴と同じ効果があります。」「腰が痛いとか足が痛いという人も、高いお金を出してわざわざ岩盤浴に出かけなくてもいいんです。」「好きなときに使えるし、寝転がっても使えます。」などと説明し体に当てて試してみるように勧めた。消費者が試し終わると、営業員は箱に入ったラジウムヒーターを全員に配り、「これはタダでわけにはいかない。26万円です。」と告げてAらに寄ってきた。Aは、「26万もするものは買えない」などと言い出す余裕はなく、断わることはできなかった。

Aは、自宅の玄関で、雑貨品とラジウムヒーターを運んできたトーショウの営業員に、「こんなに高いものは買えない。」と言ったが、営業員は、「そうですか、と帰るわけにはいきません。」と一歩も引かなかった。更にAが、「年金生活だから買えません。」「これを買ってしまったらこれからの生活に困ってしまう。」などと言っても営業員は耳を貸さず、この商品はこんなにいいものだ、という説明まで始めた。Aは、いらぬ、買えないと30分くらい言い続けたが、聞き入れられなかった。

Aは、購入後に商品説明書を読むと、心臓の弱い人はあまり使わない方がいい、というようなことが書いてあった。しかし、Aは営業員からそういった説明を全く聞かされていなかった。心臓に病気があるAは、やはり使わない方がいい、と決めて、翌々日にクーリング・オフした。

### 【事例2】

(株)トーショウの営業員は、平成19年10月、消費者B(70歳代)の自宅を訪問し、「乙市に88円ショップを開くので近所に宣伝をしたいんです。お宅の庭を貸してもらえませんか。」と尋ねた。Bは、短時間だけ庭を貸すことを了承したが、トーショウの複数の営業員は、B宅の6畳居間に上がり込み、じゅうたんのような物を敷き、いすを片づけたり、壁に掛けていた時計をはずしたりした。

その後、営業員の招きに応じて、外に集まっていた30人ぐらいの消費者がB宅の居間に入ると、営業員は、ラジオ付きライトや缶切りなどの雑貨品の使い方を説

明して、「これほしい人。ほしい人は手を挙げて。」と呼びかけた。Bは手を挙げずにいると、営業員は、「なんで手を挙げないんですか。」と怒って言うので、仕方なくほかの消費者と一緒に「ハイ、ハイ」と言って手を挙げ、雑貨品を受け取った。そして、2時間ほど経ったころ、営業員はガラパリラジウムヒーターを出して、みんなの膝に当てて試させた後、「毎日、朝と晩これを痛いところに当てているとだんだんに痛いのが治ってくる。」「玉川温泉に行ったことがある人はいますか。それと同じ効果があるんですよ。」「病院に行くより、これを使った方がいい。」などと告げた。そして、「これはいくらだと思えますか。高いですよ。」と言って、「これ、ほしい人。」と尋ねた。手を挙げないと怒られるので全員が手を挙げると、営業員はBに、「家を貸した人だから。」などと言って、ガラパリラジウムヒーターを渡した。Bは、ほしくなかったが、断れない雰囲気だったので仕方なく受け取った。

Bは、トーショウの営業員が帰った後に、電話機に表示されている時計で時間を見ようとすると、電話機のコードも外されていた。

### 【事例3】

(株)トーショウの営業員は、平成19年10月、消費者C(60歳代)の自宅を訪問し、「丙(地名)のx(ショッピングセンター)の所に80円ショップを出します。」「開店の宣伝でこの辺を歩いてますが、記念品をあげますからちょっとその道路の所まで来てください。」と誘った。Cは友人と連れだってその場所に行くと、営業員がティッシュペーパーを配りながら、「1時にまたここへ来てもらうと防犯ブザーがついている懐中電灯をあげます。」と更に誘った。Cが二度目にその場所へ行くと、70歳から80歳くらいの高齢者が10人くらいいて、Cら消費者は、トーショウが用意した車に乗せられ、知らない民家へ連れて行かれた。

トーショウの営業員は、民家の8畳ほどの部屋に入った20人くらいの消費者を前に雑貨品を出し、その使い方などを説明してから、「これ、欲しい人。」と尋ね、手を挙げた人に次々と配った。そして、一番最後にガラパリラジウムヒーターを出して、この機械の中には外国の石が何百個も入っている、電気を通すと石が温くなるので体に当てて使うと血の循環がよくなる、などと説明した。また、営業員は「背中が痛いときはこうやって使います。」「足が痛いときはこうやって。」などと使い方を実演し、「みなさん、どのくらい効果があるかやってみてください。」と、実際に試すことを勧めた。また、営業員は「みなさん、一回病院に行くといくらかかりますか。薬もらったりしたら何千円もかかるでしょう。それを一か月トータルしたら何万円にもなる。さらに1年間だと何十万にもなる。だったらこれを買って使った方がずっと安上がりで、いちいち出かける手間も省けるでしょう。」「家にいてテレビを見ながらこれを当てていけば体が治っていいでしょう。」「現金で買ってもらえれば21万円にします。」と告げた。

膝を痛めていたCは、その説明を聞いて本当にそうだ、営業員の言うとおりだなあ、と思い、購入したが、数日間、ガラパリラジウムヒーターを使用しても、思ったほどの効果は感じなかった。

また、トーショウの営業員はCに対し、80円ショップを開店する、と話したが、勧誘された日から2か月経っても開店しなかった。

### 【事例4】

(株)トーショウの営業員は、平成19年12月、消費者D(70歳代)の自宅を訪

問し、「今度、y（ショッピングセンター）のそばに100円ショップに対抗して80円の店を出します。その見本を見せるので、ちょっときて下さい。」と告げた。Dは、行きません、とはっきり断ったが、営業員は引換券のようなものを渡して、「見るだけでもいいからきて、時間なので早く早く。」と急かし、Dを先導して近所にある民家の前へ案内した。そこには別の営業員がいて、集まった消費者に、「80円ショップを開店する。これからその見本を配ります。」と言って、ハンガー、密閉容器など3点の雑貨品を配った。そして、営業員は、「次に鍋かラジオをあげます。どっちが欲しいですか。」と尋ねた。Dがラジオを希望すると、営業員は引換券のようなものに「ラジオ」と書いて渡し、「一度家に帰り、貰った景品を置いて3時40分まで、この場所に券を持って再度きて下さい。」と告げた。

3時40分に近づいたころ、トーショウの営業員がDの自宅を再び訪ね、「時間です。もうみんな待っているから。」「時間です。時間です。」としつこく騒ぎたてたため、Dは仕方なく近所の家に向いた。その家の8畳ほどの部屋には十数人が集まっていたが、そのほとんどは70歳代のお年寄りだった。営業員は、集まった消費者を取り囲むように立ち、一人の営業員がみんなの前で、紙ぞうきんを取り出してその使用法などを説明してから、「これ、欲しい人は、手を上げて。」と告げて、手を挙げた人に紙ぞうきんを1個ずつ配った。Dは、欲しいと思わなかったので手を挙げずにいると、営業員から、「ばあちゃん、いらねのか。」と大声で怒鳴られて怖くなり「はい。」と手を挙げた。営業員は、雑貨品を配り終わるとガラパリ湯治場気分を取り出して、「ガラパリとは、国の名前です。ガラパリ国で採れる石が入っています。玉川温泉でもこれと同じ石がありますが、そこでは取ることが禁止されています。ガラパリ国では、ガンになった人はいないと言われています。これを朝晩20分くらい使うと足腰の痛みもとれ、毎日楽しく暮らせます。」と説明し、消費者の膝にガラパリ湯治場気分を巻いて使用法を実演した。Dも膝に巻かれたが、何も変わらないと感じた。営業員は雑貨品のときと同じように、「これ欲しい人、手を上げて。」と言ったが、Dは、必要がないので手を挙げずにいると、営業員に「ばあちゃん、いらねのか。」と聞かれた。Dは、「いいません。」とはっきり返事をしたが、営業員は、「いいからもっていきなさい。」と言ってDに渡した。

その場にいたほとんど全員に、ガラパリ湯治場気分を渡し終えてから、営業員は、「この商品の値段は、26万400円だけど今日は値引きして22万8千円で販売します。」などと、このとき初めて販売商品であると言って、命令口調で「一旦、家に帰り、印鑑を持ってきて下さい。」と告げた。Dは、この場所から逃げ出すことはできないと覚悟を決めて契約した。

## 【事例5】

（株）トーショウの営業員は、平成19年12月、承諾を得ないまま消費者E（80歳代）の自宅に上がりこみ、居間のカーテンを閉めた後、折りたたみ式テーブルやプラスチック椅子などを並べ、外に集まっていた20人ぐらいの消費者をその6畳居間に呼び入れた。そして、ラジオ付きライト、缶切りなど一個ごとに、「これはなので大変役立つものです。」と使い方を説明し、「これほしい人。」と言って手を挙げさせ、「いい返事したからあなたにあげる。」「一番早く手を出したからあなたにあげる。」などと言って配った。

配り始めて2時間ぐらい経ったころ、トーショウの営業員は、「もっといい物があります。」と言って、ゲルマニウム温浴ボールを出して、「これを風呂に入れて使うと、玉川温泉に行ったのと同じような効果があります。」「温泉に行くよりも安くあがります。」などと説明した。その後に営業員は、集まった消費者の太ももを手の指

で押し、消費者が口々に「痛い。」と言うと、営業員は、「ここを押されて痛いのは腰が悪い人です。これを腰に当てれば治ります。」と告げて、ガラパリ湯治場気分のベルト部分を出して消費者の腰に巻き、「ほしい人。」と尋ねた。また、営業員は、「おしっこが近くて漏らす人は、股に当てるといいですよ。」「股間に当てると、おしっこが近い人は即治ります。」などと、ガラパリ湯治場気分を使うことで効果があるように告げて、「これほしい人。」と尋ねた。Eら消費者が手を挙げると、営業員は、このとき始めて22万8千円で販売する商品であることを告げた。結局Eは、その場の雰囲気にもまれて買うことにした。

## 【事例6】

(株)トーショウの営業員は、平成19年11月、引換券を持って消費者F(80歳代)の自宅を訪問し、「タダで物をあげるから、すぐ隣に来てください。」と誘った。Fが言われた場所に行くとそこには年配の人が5、6人いて、営業員は、Fら消費者にハンガー、タッパなど数点の雑貨品を配った。そして、「もっと良いモノをあげるから、ほしい人は近くの家まで一緒について来い。」と言って、近くの民家へ出向くよう更に誘った。その民家は、F宅の近くとはいえ誰の家かわからなかったが、その民家に行くと30人ぐらいの人が集まっていて、Fは営業員の指示に従い部屋の一番前に座った。

トーショウの営業員は、集まった消費者を前に世間話や健康の話をしてしながら包丁セットや鍋などの雑貨品を出して、Fらに手を挙げさせて配った。そして、2時間ほど経ったころ、営業員は、ガラパリ湯治場気分を見せて、「これは幾らすと意思いますか。」「欲しくないですか。」と言って、販売であることを告げず欲しい人は手を出さずように言った。Fは、これもタダでもらえると思えば手を出すと、営業員は、「腰痛とかで病院に通ってもみんな治らないでしょう。これを使うと腰や肩の痛みが取れます。」と告げて購入を勧めた。Fは腰痛を抱えていたため迷っていると、集まっていた人たちがいなくなってしまう、わけのわからないうちに、営業員に勧められるまま購入契約をすることになった。

Fは、トーショウの営業員と自宅へ戻り、言われるまま契約書に氏名を記入して押印した。氏名以外の欄は営業員が記入したが、その際、営業員はFの年収を尋ねることをせず、契約書の年収欄は空白のままであった。

また、契約書を書いている最中、Fの自宅にFの娘から電話がかかってきたが、その際、トーショウの営業員は、自分がこの場所にいることを言うな、というような仕草をしたので、Fは怖くなって娘に何も言えなかった。