

平成20年3月31日
経 済 産 業 省

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

経済産業省は、訪問販売業者である株式会社日本ライフパートナー（静岡県静岡市）に対し、特定商取引法第8条の規定に基づき、本年4月1日から9月30日までの6か月間、訪問販売に関する勧誘、申込みの受付及び契約の締結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、判断力不足に乗じた契約締結です。

なお、同社は平成20年3月22日東京地方裁判所に「営業停止処分及び実名公表処分差止請求」及び「仮の差止命令申立」を行いました。3月27日に仮の差止命令申立ては却下されました。また、同社は翌28日に差止請求を取り下げました。

- 1．株式会社日本ライフパートナー（以下、「同社」という。）は、低周波治療器、健康食品等の販売の事業を行っているところ、同社は、消費者の住居を訪問する際に、「私どもの会社は、医療機器の会社なのですが、普通は1回3千円頂いている足つぼの医療用機器が、無料でお試しいただけます。」「今、医療機器をみなさんに体験してもらっています。無料ですので試してみませんか。」「今回、（地名）の方を廻っています。無料で足のマッサージをさせていただいております。非常に人気があって、皆さんに喜んでもらっています。今回は経験だけで無料なのでいかがでしょうか。」等と告げるだけで、勧誘に先立って売買契約の締結について勧誘をする目的である旨を明らかにしていませんでした。
- 2．また、同社は、足裏マッサージの無料体験を口実に訪問した消費者の住居において、低周波治療器の売買契約の締結について勧誘をするに際し、明確な根拠を有していないにもかかわらず、「血をきれいにして、身体が元気になります。」「足の痛みとか、そういうのは無くなります。」「これは、糖尿病にも、リュウマチにも効く。」「健康にいいから、どんな病気にも効くから。」等と、あたかも様々な病気の予防や治療に効果があるかのように本件商品の効果について不実のことを告げていました。
- 3．さらに、同社は、判断力が不足していると認められる消費者に対して、その判断力の不足に乗じて低周波治療器の売買契約を締結させていました。

【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	0 3 - 3 5 0 1 - 4 6 5 7
北海道経済産業局消費者相談室		0 1 1 - 7 0 9 - 1 7 8 5
東北経済産業局消費者相談室		0 2 2 - 2 6 1 - 3 0 1 1
関東経済産業局消費者相談室		0 4 8 - 6 0 1 - 1 2 3 9
中部経済産業局消費者相談室		0 5 2 - 9 5 1 - 2 8 3 6
近畿経済産業局消費者相談室		0 6 - 6 9 6 6 - 6 0 2 8
中国経済産業局消費者相談室		0 8 2 - 2 2 4 - 5 6 7 3
四国経済産業局消費者相談室		0 8 7 - 8 1 1 - 8 5 2 7
九州経済産業局消費者相談室		0 9 2 - 4 8 2 - 5 4 5 8
沖縄総合事務局経済産業部消費者相談室		0 9 8 - 8 6 2 - 4 3 7 3

株式会社日本ライフパートナーに対する行政処分の概要

1. 事業者の概要

- (1) 名称：株式会社日本ライフパートナー
- (2) 代表者：代表取締役 新川 一也
- (3) 所在地：静岡県静岡市葵区昭和町9番地の8 三木ビル7階
- (4) 資本金：1,000万円
- (5) 設立：平成14年9月10日
- (6) 取引形態：訪問販売
- (7) 取扱商品：低周波治療器（「快足サロンデラックス」、「快足サロン」）、健康食品（「与那国青汁」）等
- (8) 売上高：約7.6億円（平成18年10月～平成19年9月末）

2. 取引の概要

株式会社日本ライフパートナー（以下、「同社」という。）は、低周波治療器、健康食品等の販売の事業を行っているところ、足裏マッサージの無料体験を口実に訪問した消費者の住居において、低周波治療器等の勧誘を行い、当該住居において当該契約の申込みを受け又は当該契約を締結していたものである。

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。

訪問販売に係る売買契約の締結について勧誘すること。

訪問販売に係る売買契約の申込みを受けること。

訪問販売に係る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4月1日から平成20年9月30日まで（6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、消費者の住居を訪問する際に、「私どもの会社は、医療機器の会社なのですが、普通は1回3千円頂いている足つぼの医療用機器が、無料でお試しいただけます。」「今、医療機器をみなさんに体験してもらっています。無料ですので試してみませんか。」「今回、（地名）の方を廻っています。無料で足のマッサージをさせていただいております。非常に人気があって、皆さんに喜んでもらっています。今回は経験だけで無料なのでいかがでしょうか。」

等と告げるだけで、勧誘に先立って、低周波治療器（以下、「本件商品」という。）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。

（２）不実告知（特定商取引法第６条第１項第１号）

同社は、足裏マッサージの無料体験を口実に訪問した消費者の住居において、本件商品の売買契約の締結について勧誘をするに際し、明確な根拠を有していないにもかかわらず、「血をきれいにして、身体が元気になります。」「足の痛みとか、そういうのは無くなります。」「これは、糖尿病にも、リュウマチにも効く。」「健康にいいから、どんな病気にも効くから。」等と、あたかも様々な病気の予防や治療に効能があるかのように本件商品の効能について不実のことを告げていた。

（３）判断力不足に乗じた契約締結（特定商取引法第７条第３号の規定に基づく同法施行規則第７条第２号）

同社は、判断力が不足していると認められる消費者に対して、その判断力の不足に乗じて本件商品の売買契約を締結させていた。

５．勧誘事例
【事例１】

（株）日本ライフパートナーは、平成１９年２月、消費者Ａの自宅に電話をかけ、「私どもは、高齢者の健康調査を行っている会社なのですけども。」と告げて、消費者Ａの名前、住所、年齢、家族構成、健康状態を消費者Ａから聞き出した。同社は後日、消費者Ａに再び電話をかけ、「先日お電話差し上げました、日本ライフパートナーの です。実は、私どもの会社は、医療機器の会社なのですが、普通は１回３千円頂いている足つぼの医療用機器が、無料でお試し頂けます。営業員に詳しい説明をさせに行かせますので、ご都合を教えてください。」と告げた。消費者Ａは、「機械とかそんなんならよしいわ。」と断ったところ、同社は「無料ですので、試験的にやってみてください。別にお金取らないから。」と告げた。消費者Ａは、日頃から腰やひざの痛みで悩んでいて、無料で出来るということなので、来訪を承諾した。

同社の営業員Ｚは、消費者Ａ宅の部屋に入ると持参した機械を取り出し、「私は販売員ではありません。医療機器の使い方を教える指導員です。今は悪質な訪問販売で押し売りをしているところもありますが、うちはそういうのとは違います。」と告げ、消費者Ａに低周波治療器を体験させ、体験が終わると、「借りると１回３千円で、月３回やると９千円かかる。でも貸すのは専門にやらないんです。そのくらいの金額を払っても借りている場合は返さなきゃいけない。だから貸すってことはあんまりしてなくて、正式にはローンで買って頂くようになります。そしたら借りるのと同じくらいの金額で、５年すればあんなのものになるから。」と告げ、さらに「足腰の痛みも、これを使えば随分良くなりますよ。奥さんの病院に行かなきゃいけないのに、旦那さんが足痛くて行けなくなっちゃったら大変でしょう。嫁いだ娘さんたちにも迷惑がかかるし。」

と消費者Aの心配事につけ込むように告げた。消費者Aは、すでに体験してしまっている事もあり、家の中に二人きりになって話を聞いているうちに、断りづらい雰囲気になってしまい契約をした。

【事例2】

(株)日本ライフパートナーは、平成19年2月、消費者Bの自宅に電話をかけ、「今、医療機器をみなさんに体験してもらっています。無料ですので試してみませんか。」と告げた。消費者Bには、日頃から足の痛みに悩んでいる家族がいたので、痛みを取ってあげたいし、無料というので一回だけ試しにやらせてみようと思い、「じゃあ、明日来てくれ。」と来訪を承諾した。

同社の営業員Yは、翌日の夕方、消費者B宅に訪問して、足をマッサージする機械を取り出し、20分程度消費者Bの家族に体験させ、「血をきれいにし、体が元気になります。」「足の痛みとか、そういうのはなくなります。」等と告げた。消費者Bは、営業員Yの話聞くうち、足の痛みが無くなるのなら使わせても良いなと思えてきたとき、営業員Yから、「出張も出来ますけど、1回3千円のために2回も3回も来られない、人によりますけど、2ヶ月、3ヶ月使ってみないと効きません。」と低周波治療器を買うように勧められ、契約をした。

【事例3】

(株)日本ライフパートナーは、平成18年6月、消費者Cの自宅に電話をかけ、「今回、(地名)の方を廻っています。無料で足のマッサージをさせて頂いております。非常に人気があって、皆さんに喜んでもらっています。今回は経験だけで無料なのでいかがでしょうか。玄関先でやりますので、気軽に受けてみてください。」などと告げた。消費者Cは、気楽に来訪を承諾した。

消費者Cの自宅に電話があつてから30分経ったころ、訪れた同社の営業員Xは、消費者Cの了承も得ずに部屋に入ってきたため、消費者Cは仕方なく部屋の中でやってもらうことにした。消費者Cは足のマッサージと聞いていたので、手で指圧してもらえるのを想像していたのだが、営業員Xは、機械を出してきたので消費者Cは、「なんだ、機械か。機械ならいいよ。」と断ったが、営業員Xは、「いや、一回経験してもらわないと。」と勧めるので、低周波治療器による足のマッサージを受けた。消費者Cは糖尿病であることを言うと、営業員Xは、「これは、糖尿病にも、リュウマチにも効く。」と告げた。さらに、営業員Xから「今日は、無料だが、本来40分3千円になる。機械を買ってしまう方が割安だ。」との説明を受けた消費者Cは、説明を聞いているうちに良い物のように思えてきたため契約をした。

【事例4】

(株)日本ライフパートナーは、平成18年5月、消費者Dの自宅に電話をかけ、「今、健康にいい機械を持って近くを廻っています。無料で行かさせてもらっているの、奥さんいかがですか。」と告げた。消費者Dは、10年

ほど前から肝臓を悪くしていたこともあり、健康にいいということなので来訪を承諾した。

同社の営業員Wは、消費者D宅を訪問し、コンセントが必要だと言って居間に上がりこみ、「私もずいぶん足が悪かったけども、この機械で良くなりましたよ。いろいろ説明を聞くより、とにかくやってみてください。」と告げ、消費者Dに低周波治療器の体験をさせた。消費者Dは、商品がとても高額だったので、「そんな高い物いらん。」「こんな高い物買えるかね。」と何度も断ったが、営業員Wはうまく話をそらしたりして「健康にいいから、どんな病気にも効くから。」「内臓のほうも良くなります。絶対健康になるから。」と告げた。消費者Dは、営業員Wの話を聞いているうち、家で簡単に出来て健康でいられるならば、遠くの病院やマッサージに通う時間も作らなくてもよいので買ってほしいと思えてきたので契約をした。

【事例5】

(株)日本ライフパートナーの営業員Sは、平成18年12月、数年前から、知っている道で迷子になったり、会話がかみ合わなかったり、身近な人がわからなくなったりするなどの認知症の症状が現れ、判断力が不足している高齢者である消費者Eの住居を訪問し、消費者Eと低周波治療器の契約をした。

平成19年3月、消費者Eの親戚がどのような生活を送っているのかを確認するため、消費者Eの住居を訪れた際、ローン会社から督促のはがきが2通届いていたのを見つけ、消費者Eに聞いてみたところ、「お湯に入れて使う健康器具を買ったら、効果がなかった。苦情を言ったら別の商品に替えてくれた。でも、こんな高い金額は知らないわ。だから払わないのよ。」と答えた。さらに消費者Eの親戚が本当にわかって契約したのかと質問すると、「こんな高額な物は買った覚えがない。」と答えた。