

## 【令和5年度事業者処分等について】

消費生活課

## 1 特定商取引法

## (1) 処分

処分事業者数	2事業者	
処分日	R6. 2. 5	R6. 2. 8
処分件数(合計4)	1	3
処分内容	指示	業務停止命令、業務禁止令、指示

No.	処分対象事業者	違反行為	処分内容(1件)
1	<p><b>名称</b> 株式会社森商事</p> <p><b>所在地</b> さいたま市大宮区宮町二丁目141番地</p> <p><b>代表者</b> 代表取締役 森秀典(もり ひでのり)</p> <p><b>取引類型</b> 訪問購入(消費者宅等での 物品の買取り)</p>	<p><b>勧誘目的等の不明示</b> 物品購入の勧誘に先立って、事業者の名称及び営業員の氏名等を告げるのみで、貴金属等売買契約の締結を勧誘する目的及び勧誘に係る物品の種類を明らかにしていなかった。</p> <p><b>契約を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘</b> 消費者が貴金属等の売買契約を締結しない旨の意思を表示したにもかかわらず、引き続き売買契約の締結を勧誘していた。</p> <p><b>物品引渡しの拒絶に関する告知義務に違反する行為</b> 売買契約が成立した消費者から物品の引渡しを受けるとき、クーリング・オフ期間内(契約書面を受領した日から8日以内)は物品の引渡しを拒むことができる旨を消費者に告げていなかった。</p>	<p>令和6年2月5日付</p> <p>①指示 再発防止策と社内コンプライアンス体制を構築し、埼玉県知事宛て文書報告すること。</p>

No.	処分対象事業者	違反行為	処分内容（3件）
2	<p><b>名称</b> 恭和設備こと中西恭佑</p> <p><b>所在地</b> さいたま市大宮区桜木町2丁目3番地 大宮マルイ7階</p> <p><b>営業所</b> 千葉市中央区都町1-42-3ヒルズミヤコ201号</p> <p><b>代表者</b> 中西恭佑（なかにし きょうすけ）</p> <p><b>取引類型</b> 訪問販売（消費者宅等での水回り修繕）</p> <p>※本案件は、千葉県と合同で調査、処分</p>	<p><b>契約書面記載不備</b> 契約書面中に「書面又は電磁的記録により役務提供契約の申込みの撤回又は解除ができる」旨が記載されていなかった。</p> <p><b>債務履行拒否・不当遅延</b> 消費者からクーリング・オフの申し出を受けたにもかかわらず、返金等の債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延させる行為をした。</p>	<p>令和6年2月8日付</p> <p>①業務停止命令9か月（事業者に対し）</p> <p>②業務禁止命令9か月（代表者個人に対し）</p> <p>③指 示 再発防止策と社内コンプライアンス体制を構築し、埼玉県知事宛て文書報告すること。</p>

## (2) 指導(特定商取引法・県消費生活条例)

販売類型	件数
・訪問販売	20件※
・通信販売	25件
・電話勧誘販売	1件※
・特定継続的役務提供	1件
・訪問購入	1件
・条例	3件
計	50件

※ 同一事業者に対し、訪問販売及び電話勧誘販売について指導を行った案件が1件あり、販売類型別には1件ずつカウントしているが、指導件数の合計としては1件としてカウントしている。

### 【主な事案の概要】

- 訪問販売では、屋根の修繕に関する事案が多数を占めている。
  - ・ 修繕が有料となることを明示しない勧誘
  - ・ 本来は不必要な修繕の勧誘
  - ・ 契約解除の妨害 等
- 通信販売では、商品の定期購入に関する事案が多数を占めている。
  - ・ 定期購入契約であることがわかりにくい
  - ・ 申込内容を容易に確認・訂正できるようになっていない
  - ・ 事業者へ解約の連絡が繋がらない 等

## 2 景品表示法

### (1) 処分

処分事業者数	1事業者
処分日	R6. 2. 8
処分件数	1
処分内容	措置命令

No.	処分対象事業者	違反事実（ウェブサイト上の表示）	処分内容（1件）
1	<p><b>名称</b> 中西設備こと中西恭佑</p> <p><b>所在地</b> 千葉市中央区都町1-42-3ヒルズミヤコ201号</p> <p><b>代表者</b> 中西恭佑（なかにし きょうすけ）</p> <p><b>対象役務</b> 水回り修繕</p> <p><b>対象表示物</b> 「くらし水道24」と称するウェブサイト</p>	<p><b>優良誤認表示</b></p> <p>○「信頼の実績 年間14,400件 月間1,200件修理お手伝い！」と、あたかも多数の修理実績があるかのような表示をしていた。 →実際には、同社の人員体制では現実的に対応不可能な修理件数の表示であった。</p> <p>○「お客様満足度99% 修理後1ヶ月以内の再発トラブル年間0件！」と、あたかも顧客満足度が高く、修理後のトラブルが生じていないかのような表示をしていた。 →実際には、統計的に客観性が確保された調査による顧客満足度ではなかった。 →また、消費者及び消費生活相談窓口等から複数の苦情を受けていたにもかかわらず、敢えて修理後1ヶ月以内の再発トラブル</p>	<p>令和6年2月8日付</p> <p>①措置命令</p> <p>○法に違反する表示を行っていたことを一般消費者に周知徹底（日刊紙への社告掲載）すること</p> <p>○再発防止策を講じて従業員に周知徹底すること</p> <p>○今後、同様の表示を行わないこと</p>

	<p>を限定的に取り上げた表示であった。</p> <p><b>有利誤認表示</b></p> <p>○「水漏れた！水溢れた！トイレ詰まった！350円（税込）～」と、あたかも安価な価格で役務を提供可能であるかのように表示していた。</p> <p>→実際には、作業過程で発生する追加料金により約数万円から数十万円を請求されるなど、表示されているような価格では役務提供を受けられなかった。</p>	
--	--	--

## (2) 指導(景品表示法)

文書注意	50 件	優良有利誤認 (37件) 優良誤認 (12件) 有利誤認 (1件)
口頭注意	8 件	優良有利誤認 (4件) 優良誤認 (2件) 有利誤認 (2件)
計	58 件	

### 【主な事案の概要】

○ 美容系商品や整体院等の商品・サービスで、効能効果の合理的な根拠不存在、統計的な客観性のない口コミNo.1表示(「優良誤認」)や、同一価格キャンペーンの継続実施(「有利誤認」)等が多数、行われていた。

※ 優良誤認表示とは：商品・サービスの品質、規格その他の内容についての不当表示。商品・サービスの品質を、実際よりも優れているかのように偽って宣伝する行為。

※ 有利誤認表示とは：商品・サービスの価格その他取引条件についての不当表示。商品・サービスの取引条件を、実際よりも有利であるかのように偽って宣伝する行為。