

【事例2】

消費者Dは、平成26年春に、事業者の臨時店舗の宣伝会に行った。店舗外壁の壁には、「プラウド」と大きく紙に書いて掲げており、店舗内の棚には、「甲」や「乙」といった商品が陳列されていた。店舗内は、外からは見えないようにカーテンが下ろされていた。店舗内の宣伝会場に入ると、正面には大きく「プラウド」と書かれており、その左側には従業員の氏名が記載されているボードがあった。店舗内に入るには入場料は取られなかった。来ていた客層は、消費者Dと同じくらいの70歳代の人々がほとんどであった。また、宣伝会場には4、50人の客がおり、特に女性が多かった。店舗内への出入りは自由であり、宣伝会を中座した客もいた。

宣伝会が始まる前に、従業員Vから「プラウドは埼玉県に本社がある会社です。」「健康に関する良い商品の宣伝と販売をする会社です。」と紹介されたが、消費者Dは、何をいくらで販売するのか分からなかった。

また、店長の話聞く前の心構えとして、店長の話に反応して欲しいこと、店長から何か言われ、違うと思ったら「いえいえ」と顔の前で手を振って欲しいこと、店長から「もしもし？」と聞かれたら、「ハイ」と元気よく反応すること、「んでねえかあ？」と言われたら「んだあ」と相槌を打って欲しいことを説明された。

宣伝会が始まると、店長Wは「プラウドという会社の魅力」「仕事の楽しさ」「ここは素晴らしい所だということ」「病気や健康に関する話」等を、ジェスチャーや声の抑揚を上手く使い、冗談を交えながら面白おかしくするので、会場は大変盛り上がり、客が一体となって、店長Wの話に「いえいえ」とか「んだあ」などと、タイミング良く反応していた。他の従業員も、店長Wの言うことを復唱したり、相槌を打ったりし、店長Wや宣伝会場を盛り上げていた。

その日の宣伝会の最後に、「今日は皆さんにお土産があります。」「気にいったら買ってやってください。」等と言いながら、12個入りのラーメン1箱、みそ1キロ、せんべい、はちみつ、パンなど、いろいろな商品を無料で配られたので貰った。これらが配られると、次回の無料配付商品の予告をしていた。消費者Dは、無料で商品が貰えて、面白い話が聞けることから、何回か宣伝会場に通った。

宣伝会の初日から2週間くらい経った頃、「甲」という商品の話になった。店長Wは「大学の先生が開発したものであること」「悪い所に塗ると、熱くなること」「体の悪い所に塗って欲しいこと」「商品には限りがあること」等と説明した。

消費者Dは、試し塗りをさせてもらったところ、本当に熱くなったので、大学の先生が開発したのであれば、本当に効くかもしれないと思い、1個を購入した。宣伝会場内で、従業員が商品「甲」を段ボールから取り出し、欲しい客に現金と引き換えに渡して売っていた。数に限りがあると店長Wから言われていたので、皆は競い合うように購入していたが、領収書や契約書の類は貰わなかった。

商品「甲」が売られてから、店長Wの話は、「乙」という商品の話をするようになっていった。商品「乙」について、店長Wは「乙は、チベットの高山植物であること」「生命力がある植物なので、全てでないが、これで病気を治すことができること」「3か月で体質改善し、残りの3か月で病気を治す効果があるから、飲み続けないと駄目であること」「今回は限定数で販売すること」と説明をした。

消費者Dは、高血圧や慢性胃炎などの持病を治したいと思っていたため、どうしても商品「乙」が欲しくなり購入しようとしたが、1個が高額であり、お金がなかったため購入することができなかった。

翌年の春、消費者Dは、商品「乙」が欲しかったため、別の場所にある臨時店舗の宣伝会に行き、昨年行った臨時店舗の店長と同じ店長Wから、商品「乙」について「自然の物だから悪い効果はないこと」「内臓に関わる病気はだいたい効果があること」等と説明を受けた後、購入して、契約書の控えをもらったが、知人から事業者の営業方法が催眠商法であると聞いたことや、臨時店舗では商品「乙」の効果を謳っていたのに本社に問い合わせると回答しない等の不審な点があったため、騙されたという気持ちになり、後日クーリングオフをした。