

【事例3】

消費者Eは、平成26年秋、チラシを見て事業者の臨時店舗の宣伝会に行った。店舗内の宣伝会場はベニヤ板で囲まれ、絨毯が敷かれ、壁には、プラウドの社名や住所、従業員の名前が書かれた紙が貼られていた。従業員から、宣伝会場内には靴を脱いで入るように指示され、靴を入れるためのビニール袋を渡された。会場の中には、絨毯の上に座っている客が100人くらいおり、ほとんど空いている場所がなかった。年齢層は、消費者Eと同じくらいの70代から80代の高齢者ばかりだった。

宣伝会場の中には、食料品と一緒に商品「甲」や商品「乙」の箱が置かれていたが、値札等は付いておらず、お客さんが自由に商品を選んで買える状態ではなかった。

宣伝会が始まる前に、従業員Tから、「会社の名前は、株式会社プラウドです。」「会社の場所は、さいたま市にあります。」「宣伝会の目的は、商品の宣伝と販売が目的です。メーカーから宣伝を頼まれている商品のお試し品を配るので、実際に食べたり、使ったりしてもらって気にいったら店で買ってあげてください。」「ここで直接販売する物もあります。安い物では1,000円です。3,000円の物もあります。一番高い物でも3万8,900円です。」と説明されたが、販売する商品の種類や名前を言われなかったのも、何をいくらで販売するのか分からなかった。

また、店長が「もしもし?」と声を掛けたら、「ハイ」と元気に返事をする事、店長が「ごめんね」と謝ってきたら、「いえいえ」と言いながら手を左右に振ること、店長の話を聞く時、優しく、惚れたような目で店長を見ることを、宣伝を始めるたびに毎回言われた。従業員Tの説明が終わると、宣伝会の入場料として100円が集められた。

従業員Tの話の後、店長Uの宣伝が始まった。店長Uは、メーカーから宣伝を頼まれている商品の説明をしながら、従業員や店長自身の身の上話、健康に関する話を、面白おかしく話すので、客は笑いながら聞いていた。消費者Eも、店長Uの面白い話を聞きながら、色々なお試し品が貰えるので、毎日のように通って、卵、米、パン、ハチミツ等、沢山のお試し品を貰った。

消費者Eが、宣伝会に数回通った時、商品「甲」の試し塗りの説明が始まった。店長Uから、商品「甲」について、「膝や肘等の関節痛を和らげる効果がある。」「耳鳴りがする人は、耳の裏に甲を塗れば治る。」「定価は1万2,000円だが、今回は特別に宣伝価格の3,000円で販売する。」等と説明された。他の商品の説明は1回で終わったが、商品「甲」の説明は数日間続いた。

商品「甲」の試し塗りは、従業員達が、客から身体の悪いところを聞き、客の膝や肩等に商品「甲」を塗っていくという方法で行われた。消費者Eも、従業員Tから足の膝の裏に商品「甲」を塗ってもらったところ、その場所が温かくなっていくように感じた。従業員達は客に商品「甲」の試し塗りをしながら、「こっちのお客さんは甲を塗ったら、すぐに膝の痛みがなくなったんだってさ。凄いねえ。」等と言って、商品「甲」の効果が凄いということを強調していた。

消費者Eは、「膝の痛みをすぐに治してしまう甲は凄い」「3,000円なら安い」と思い購入したが、領収書等は渡されなかった。他の客も、従業員から奪い合うようにして購入していた。

商品「甲」の販売後、店長Uから、「甲よりも凄いものを紹介する」と言われ、商品「乙」の試飲と宣伝が始まった。店長Uから、商品「乙」について、「乙を1年間飲み続ければ、10年間は病院の薬がいらない健康な身体になれる。」「乙を飲めば、血圧が高い人は血圧が下がる。血圧が低い人は血圧が上がる。糖尿病が治る。」「乙を飲めば、夜寝ているときに何回もトイレに行く人も朝まで1回もトイレに行かずに眠ることができる。」「乙を飲めば、病院から出されている薬の量を減らすことができる。」「乙は、今回は特別に宣伝価格として3万8,900円で販売する。」等と説明された。

消費者Eは、商品「乙」の試飲をしても、あまり効果を感じられなかったが、会場の雰囲気の流れで商品「乙」を1個、38,900円で購入し、契約書の控えを貰った。

消費者Eは、宣伝会の最後の日まで宣伝会場に通ったが、最後の日、店長Uから「次のお店を開く場所が決まったら、案内状のハガキを出すので、よかったら遊びに来てください。」と挨拶され、客1人1人に赤いバラが配られて、宣伝会が終了した。