

記者発表（資料配布）				
月 日	担 当	T E L	発表者名	その他
2月6日 (金)	県立消費生活総合センター	078-302-4000	所長 立石 裕一 (所長補佐兼指導調整課長 濱本 彰)	

**特定商取引法違反の訪問販売事業者に対する業務停止命令（12 か月）、  
指示及び業務禁止命令（12 か月）について**

換気扇専用枠及び換気扇フィルターの訪問販売を行っている「鈴木利幸」（以下「事業者」という。）に対し、本日付けで、特定商取引に関する法律（以下「法」という。）に基づき、12 か月の業務停止、違反行為を是正するための指示及び 12 か月の業務禁止を命じました。

当該事業者は、主に新築賃貸ワンルームマンションに入居間もない消費者を対象に訪問販売を行っており、一人暮らしの 20 歳代から 30 歳代という若年層が被害にあっています。

## 1 処分対象事業者

- （1）事 業 者：鈴木 利幸（65 歳）
  - （2）所 在 地：大阪市東成区中本 1 丁目 5 番 2 4 - 1 0 0 8 号
  - （3）取 引 形 態：訪問販売（法第 2 条第 1 項）
  - （4）商 品 等：換気扇専用枠及び換気扇フィルターの販売
  - （5）主な営業対象：新築賃貸ワンルームマンション入居者
  - （6）使 用 屋 号：ライジングサービス、エースアーバンサービス、ウインベル
- ※変遷順に記載

## 2 処分内容

### （1）法第 8 条第 1 項に基づく事業者への業務停止命令（12 か月）

令和 8 年 2 月 7 日から 12 か月間、訪問販売に関する業務のうち、次の業務を停止すること。

- ① 訪問販売に係る売買契約の締結について勧誘すること
- ② 訪問販売に係る売買契約の申込みを受けること
- ③ 訪問販売に係る売買契約を締結すること

### （2）法第 7 条第 1 項に基づく事業者への指示

今回の違反行為の発生原因について調査分析の上検証し、再発防止策を講じ、コンプライアンス対策を実施すること。また、当該再発防止策及びコンプライアンス対策について報告すること。

### （3）法第 8 条第 1 項に基づく事業者への業務禁止命令（12 か月）

事業者に停止を命じる範囲の業務を営む法人の当該業務を担当する役員となることを禁止する。

### 3 行政処分の原因となる事実

#### (1) 氏名等不明示勧誘（法第3条）

事業者は、訪問の際、消費者に対し「換気扇の掃除と点検で部屋を回っています。」と告げるのみで、勧誘に先立って、貴事業者の氏名又は名称、売買契約の締結について勧誘をする目的である旨及び商品の種類を告げなかった。

#### (2) 契約書面記載不備（法第5条第2項）

事業者が消費者に交付した本件売買契約に係る契約書面（ご契約の内容）は、商品の販売価格、契約締結の年月日が判読出来ず、更に当日現金での支払いが完了しているのに、支払い金額の記載が欠落している記載不備の契約書面であった。

#### (3) 債務履行遅延（法第7条第1項第1号）

事業者は、契約解除を申し出ている消費者及び消費者の依頼を受けあっせんした消費生活センター職員が、返金を求めるも「現金書留で送る。」等と回答しながら速やかな返金に応じず、再三にわたる債務履行の要求に対し、返金までに1か月以上を経過させ、あるいは3か月以上を経過しても返金しておらず、不当に債務履行を遅延した。

#### (4) 事実不告知（判断に影響を及ぼす重要なもの）（法第7条第1項第2号）

事業者は、新築マンションの入居間もない消費者宅に訪問した際、実は管理会社の関係者ではないのにこれを告げず、「換気扇の掃除の方法を教えに来た。皆さんの部屋を回らせてもらっている。」のみを告げたことにより、消費者に管理会社の関係者が来たと錯誤させ、これに乗じて本件勧誘あるいは売買契約を締結させ、よって顧客の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、故意に事実を告げなかった。

#### (5) 迷惑を覚えさせる仕方による勧誘（法第7条第1項第5号）

事業者は、新築マンションに入居して間もないため管理会社関係の者の訪問と誤信した消費者宅において夜間に迷惑を覚えさせる仕方での契約の締結を勧誘した。

### 4 勧誘事例

#### 【事例1】

消費者Aは、令和7年8月中旬、突然、事業者Zの訪問を受けた。マンションのインターホンでは、「換気扇の掃除の方法を教えに来た。皆さんの部屋を回らせてもらっている。」と言うのみであった。Aは新築マンションに入居したばかりであったため、マンションの管理会社の関係者と思い訪問に応じた。訪問を受けた際、訪問販売であることの告知を受けていれば、引っ越しの後片付け中でもあり訪問に応じることはなかった。部屋に通したところ、台所の換気扇の構造の説明を始め、「この換気扇は、よく吸うので油污れが多くなるから、よく掃除をしなくてはいけない。」とか「みんなこんな貼り付け型のフィルターを付けている。市販のだと中のファンの方まで侵入し汚れる。」などと言いながら、靴から換気扇フィルターを取り出したので、この時、初めてZは管理会社の関係者ではなく、換気扇フィルターの訪問販売に来たのだと気付いた。Zの話から、換気扇フィルターが必要なのかと思い購入した。Zが帰った後、やはり不審に思い、電話で解約を伝えたところ、「分かりました。返金は今度行くときにします。」と言って解約に応じてくれた。その後、一週間経っても連絡が無かったので返金の督促をしたところ、週末には行けるとのことであったが何の連絡も無かったので、再度電話を架けたと

ころ、「段取りが付かない。次の週には行ける。」との返事であった。しかし、また何の連絡もないので、次の週に電話を架けたところ「もうちょっと待って下さい。」との返事であったが、やはり何の連絡も無いので、消費生活センターや警察に相談していたところ1か月以上経過してやっと返金を受けた。

### 【事例2】

消費者Bは、令和7年9月初旬、夜に突然、事業者Zの訪問を受けた。マンションのインターホンでは、「キッチンの換気扇の掃除の仕方や点検をします。」と言うのみであった。Bは新築マンションに入居したばかりであったため、マンションの管理会社の関係者だと思い訪問に応じた。訪問を受けた際、訪問販売であることの告知を受けていれば、女性一人暮らしでもあり訪問に応じることはなかった。部屋に来たZはここでも、「換気扇の掃除や点検にきました。」というだけであった。Zは台所の換気扇のカバーを外し、中を見ながら「換気扇が油で汚れるので、他の入居者も購入している人がいる。上から順に回っていて、もっと汚れがひどい人もいた。」と言い、持っていたショルダーバッグから枠の付いた換気扇フィルターを取り出し、購入を勧めてきた。この時、初めてZが点検などではなく、換気扇フィルターの訪問販売に来たのだと知った。その後もZは「この換気扇は高性能だから油やほこりをよく吸うのですごく汚れる。」などの説明を15分ほどして、買わないと家から出て行く様子もなく、一人暮らしで、午後8時ころにもなるし早く帰って欲しいと思い断り切れず、購入することにした。購入したのは、枠付きの換気扇フィルター1枚と交換用のフィルター24枚で、代金は現金で支払った。支払った後に交付された売買契約書により、Zの名前を初めて知った。Zが帰った後、夜に訪問してきて、販売目的等も言わず、マンションの管理会社と思わせるような説明で訪問してきたことに強い憤りを感じている。

### 【事例3】

消費者Cは、令和7年8月初旬、夜に突然、事業者Zの訪問を受けた。マンションのインターホンでは、「換気扇の掃除と点検で部屋を回っています。」と言うのみであった。Cは新築マンションに入居したばかりであったため、マンションの管理会社の関係者が換気扇の点検や掃除の仕方を教えるために回っているのだと思い訪問に応じた。訪問を受けた際、訪問販売であることの告知を受けていれば、女性一人暮らしであり、夜間であったため訪問に応じることはなかった。部屋に通したところ、台所にある換気扇のカバーを外し、「換気扇に汚れが付くと掃除に時間がかかるし、大変な作業になる。フィルターを付けるだけで掃除も楽になる。」などと言って換気扇フィルターを勧めてきた。CはまだZが管理会社の関係者と思っていたため、管理会社の関係者が勧めるのであればと思い購入した。Zが帰った後、ネットでZのことを調べると、過去に同様の事案での業務停止命令などの処分歴があるのを知って初めてZが管理会社の関係者ではなく、単にセールスにただけであったことを知った。直ぐにクーリング・オフ通知を出し契約解除を申し立てたが連絡が無かったので、こちらから電話連絡すると、折り返し連絡するとのことであったが、連絡が無いため消費生活センターに相談した。ここでも折り返し連絡するとの返事であったが、やはり連絡はなく未だに返金されていない。

### 【事例4】

消費者Dは、令和7年5月下旬、夜に突然、事業者Zの訪問を受けた。マンションのインターホンでは、「キッチンの換気扇のフィルターの点検に来た。」と言うのみであった。Dは新築マンションに入居したばかりであったため、マンションの管理会社の関係者が換気扇の点検に来たと思い訪問に応じた。訪問を受けた際、訪問販売であることの告知を受けていれば、仕事から帰宅したばかりであったため訪問に応じることはなかった。部屋に来たZはここでも、「換気扇の点検に来ました。」というだけであ

った。Zは換気扇カバーを外しながら「この換気扇は、高性能だから油やほこりをよく吸うのですごく汚れる。汚れると掃除が大変な作業になる。」などと言ってショルダーバッグから換気扇フィルターを取り出し、セールスを始めた。この時初めてZが管理会社の関係者ではなく、訪問販売に来たことに気付いたが、Zの説明を聞いているうちに換気扇フィルターを付けた方が良いのだろうと思い購入してしまった。Zが帰った後、訪問販売の目的を言わず管理会社と思わせるような文言で訪問してきたことに騙されたのではないかと思い、翌日、換気扇メーカーに問い合わせると、フィルターは必要ではなく、逆に故障などの原因になるおそれがあることを説明され、クーリング・オフ通知を出し、消費生活センターに相談したが、返金されたのは2か月近く経ってからであった。

## 【参 考】

当該事業者に関する苦情相談件数及び契約当事者年齢層別件数

(令和7年12月31日現在)

年度		R 6 年度	R 7 年度		計
屋号		ライジング サービス		エースアーバン サービス	
件数		11	9	26	46
年 齢 別	20 歳代	10	8	21	39
	30 歳代	1	—	5	6
	不明	—	1	—	1

本件に係る消費者と事業者間の個別トラブルについて、相談・あっせんを要望される場合には、以下の消費者ホットラインをご利用ください。

◆ 消費者ホットライン（全国統一番号） 1 8 8（局番なし）

身近な消費生活相談窓口をご案内します。

※一部の IP 電話、プリペイド式携帯電話からはご利用いただけません。

◆ 兵庫県内の消費生活センターの連絡先

下記に一覧を掲載しています。

<https://www.seiken.server-shared.com/consultation/contact>（当センターHP）