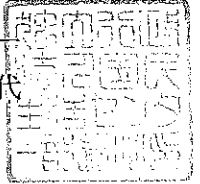


25 独国生相第 68 号
平成 25 年 7 月 30 日

公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会
会長 伊藤 博 様

独立行政法人 国民生活センター
相談情報部長 鈴木 基代



「原野商法の二次被害」に関するトラブルについて（情報提供）

拝啓 時下益々ご清祥のことと存じます。

日頃より、国民生活センターの業務につきましては、ご高配をいただきありがとうございます。

さて、全国の消費生活センターには、過去に原野商法の被害にあった消費者に対して、土地が高く売れるなどと勧誘し、そのための測量サービスなどの契約や、新たな土地の購入などをさせ、費用を請求するといった二次被害トラブルに関する相談が寄せられており、相談件数も近年増加しております。

そこで、こうしたトラブルにあわないう注意喚起するため、8月1日に記者説明会による報道機関への公表およびホームページでの公表を別紙資料により行います。

なお、本件については、消費者庁消費者政策課、消費者委員会事務局、警察庁生活安全局生活経済対策管理官、国土交通省土地・建設産業局不動産課、一般財団法人不動産適正取引推進機構、公益社団法人全日本不動産協会に情報提供することを申し添えます。

敬具

本件連絡先：

独立行政法人国民生活センター

相談情報部相談第3課

林、飯田

TEL: 03-3443-1774 FAX: 03-3443-8879



相談件数が過去最高に！原野商法の二次被害トラブルが再び増加

－「買いたい人がいる」「高く売れる」などのセールストークをうのみにしないこと－

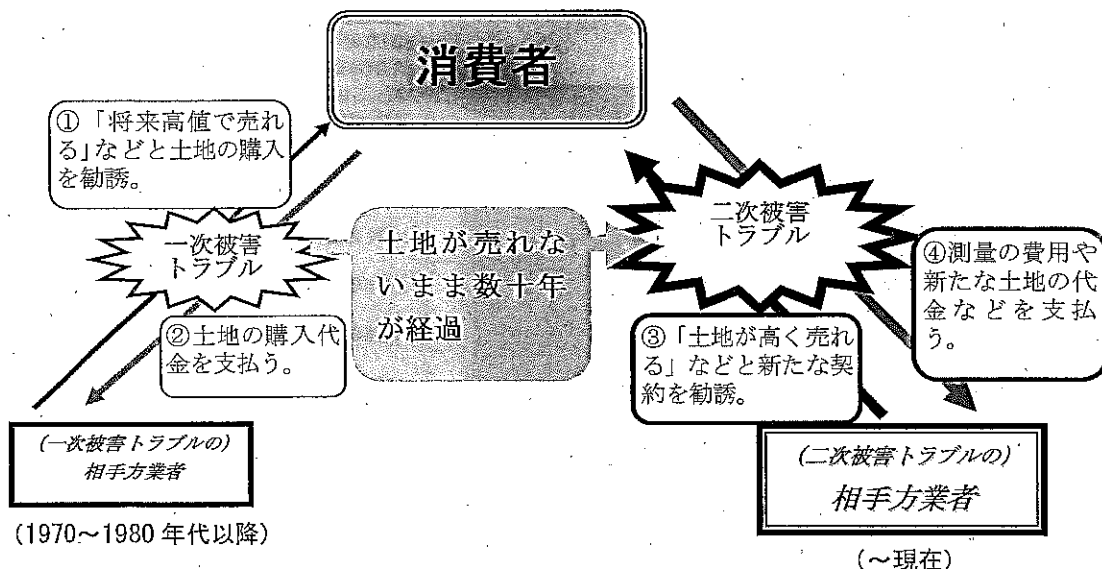
過去に原野商法¹の被害にあった消費者に対して、土地が高く売れるなどと勧誘し、そのための測量サービスなどの契約や、新たな土地の購入などをさせ、費用を請求するといった二次被害トラブル（図 1 参照）に関する相談が過去最高の件数になっている。

国民生活センターでは、2006 年 7 月に原野商法の二次被害トラブルについて注意喚起をしており²、相談件数はいったん減少したが、2010 年度以降再び増加している。

このトラブルでは、高齢者が被害にあっている割合が非常に高い。また最近の相談事例では、「買付証明書」などを消費者宅に送付して信用させたり、「外国人が土地を購入しているから値上がりする」などと言って勧誘するなど、新手の手口もみられる。

そこで、高齢者を中心とするこうしたトラブルの未然・拡大防止のため、最近の相談事例などを情報提供し、注意喚起する。

図 1 原野商法の二次被害トラブルのイメージ



¹ 原野商法とは、将来の値上がりの見込みがほとんどないような山林や原野などの土地を、値上がりするかのように偽って販売する手口であり、1970年代から1980年代にかけて社会問題となった。

² 国民生活センターホームページ http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20060706_3.html

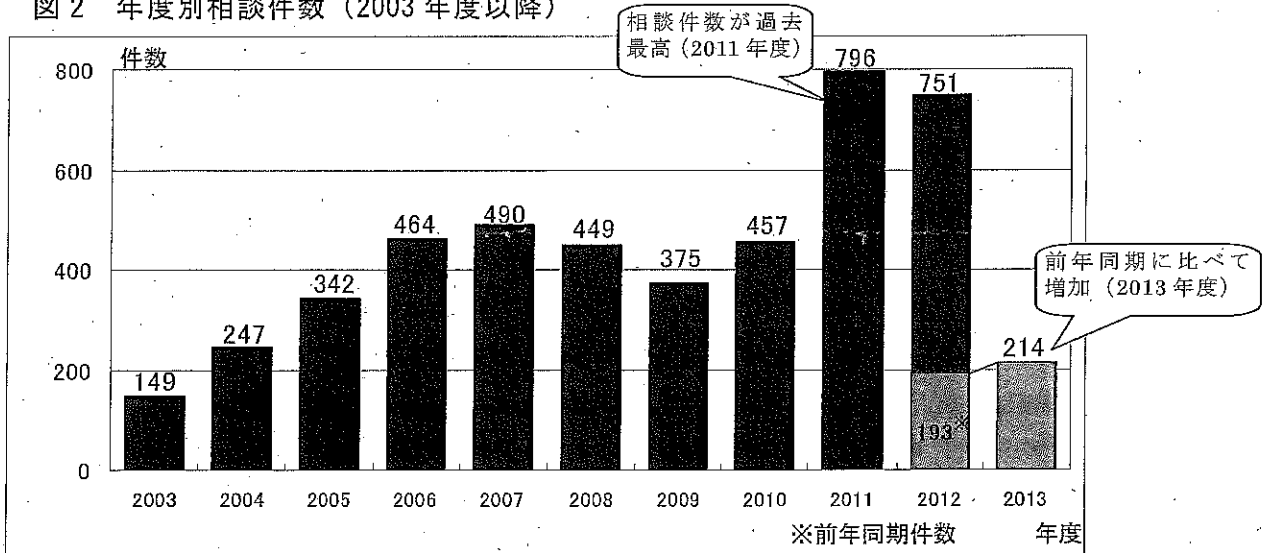
なお、国民生活センターでは、2011年12月にも「見守り新鮮情報」で注意喚起を行った（国民生活センターホームページ http://www.kokusen.go.jp/mimamori/mj_mailmag/mj-shinsen126.html 参照）。

1. PIO-NET³にみる相談の特徴

(1) 年度別件数—2011年度は過去最高、2012年度も同水準で推移—

原野商法の二次被害トラブルに関する相談は、2009年度まではいったん減少したが、2010年度から再び増加し、2011年度は過去最高の796件になった。2012年度も751件で高い水準にある⁴(図2)。

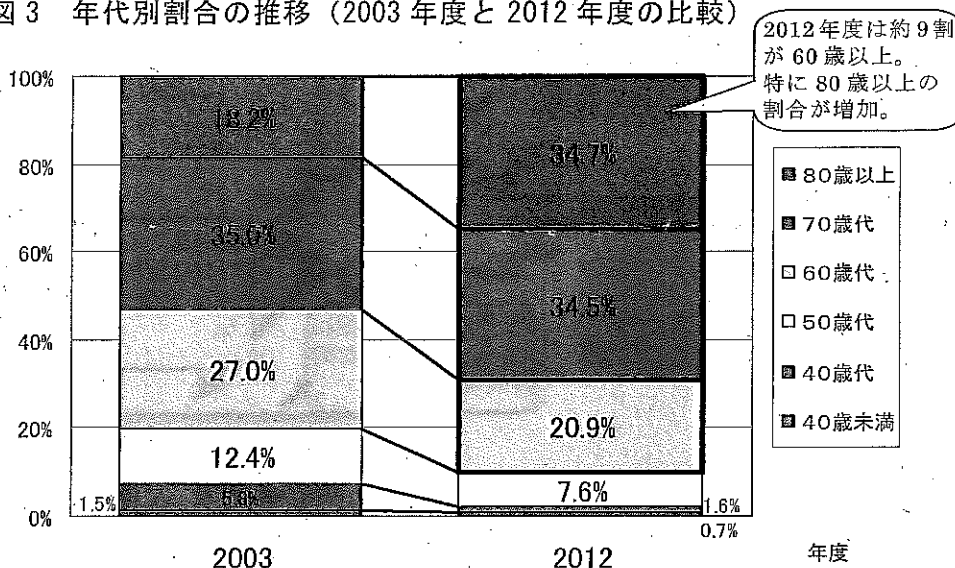
図2 年度別相談件数(2003年度以降)



(2) 年代別件数—60歳以上が9割を占め、特に80歳以上の割合が大幅に増加—

契約当事者の年代別では、60歳以上が約9割を占めており、高齢者の割合が非常に高い。また、年代別割合の推移をみると、特に80歳以上の割合が増加している(図3)。

図3 年代別割合の推移(2003年度と2012年度の比較)



※不明・無回答等を除いて割合を算出(以下同じ)。数値を四捨五入しているため合計が100%になっていない。

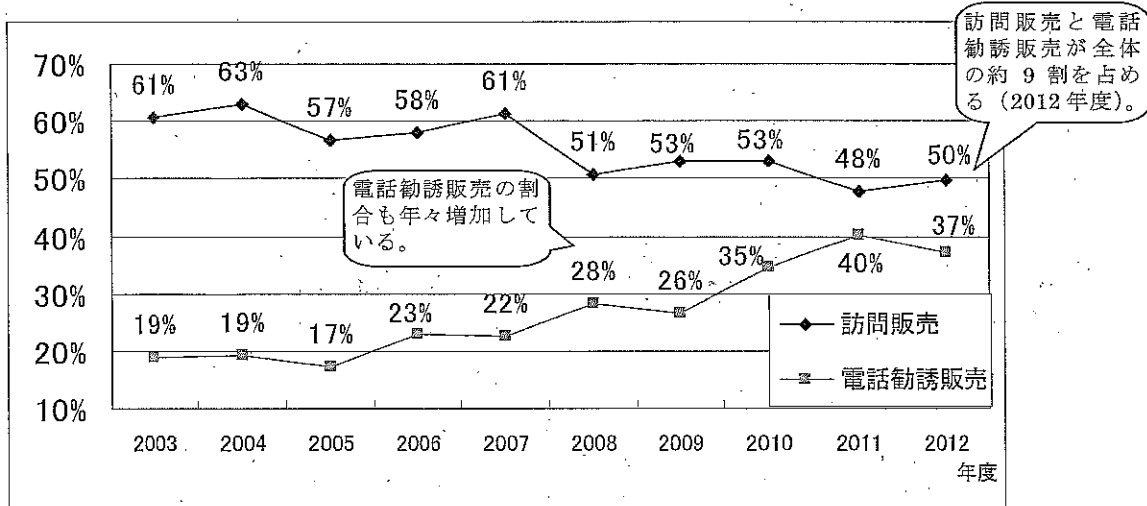
³ PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワーク・システム)とは、国民生活センターと全国の消費生活センターをオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。

⁴ 2013年7月24日までの登録分

(3) 販売購入形態—訪問販売が最も多く、電話勧誘販売も年々増加—

販売購入形態別では、訪問販売が最も多く全体の約半数を占めている。また電話勧誘販売も年々増加しており、2012年度では約4割を占めている(図4)。訪問販売と電話勧誘販売で全体の約9割を占めている。

図4 販売購入形態別割合の年度別推移(2003~2012年度受付分)



2. 主な相談事例—「サービス提供契約型」と「土地取引型」の2つのパターン—

二次被害トラブルでの契約対象に目を向けると、相談事例は、(1)土地売却のためのサービスが契約対象となっているもの(サービス提供契約型)、(2)土地自体が取引対象となっているもの(土地取引型)という2つのパターンに分けられる。

パターン(1): サービス提供契約型(土地売却のためのサービスが契約対象となっている)

【トラブルの特徴】

- ①「土地を売るために必要」などと言って、新たなサービスの契約を勧誘される。
- ②勧誘を受けるサービスは、測量サービス、管理サービス(土地の管理など)、広告サービス(土地売却のための広告掲載など)、せんだや造成・整地工事、不動産仲介サービスなどが多い。

【事例1】「買付証明書」などが送付されたので信用し、整地代などを支払ったが連絡がとれない

40年くらい前に、北海道の山林を約70万円で購入した。1カ月ほど前、「この土地を買いたい人がいるので坪12万円で売って欲しい」と電話が来た。購入希望者の「買付証明書」や「印鑑証明書」が届いたので信用してしまい、土地に生えている木を取り除くための整地代として約20万円を個人名義の口座に振り込んだ。その後、さらに「道を造る」などと言われ、5回以上にわたって合計約420万円を振り込んだ。しかし、電話をしても業者と連絡がとれなくなってしまった。どうしたらよいか。

(相談受付: 2013年1月、契約者: 80歳代、男性、静岡県)

【事例2】「外国人が土地を購入しており値上がりする」と言われ、管理調査の契約をした30年前に土地を購入し放置していた。これまでも多くの業者から売却を持ちかけられたが、整地等の名目でお金がかかると知り断ってきた。今回もお金がかかるなら話を聞かなかったが、「お金はかからない」と言われ2時間話を聞いた。「外国人が土地を購入しており値上がりする。周辺の土地の所有者の多くが契約している」という。費用もかからず400万円で買い取ってくれるとのことだったので、契約書に署名すると、管理調査の費用を請求された。翌日に振り込みをすることになっていたが、入金せずに「クーリング・オフする」と業者に連絡したところ、既に手続きをしているのでキャンセルできないという。クーリング・オフしたい。

(相談受付：2013年3月、契約者：60歳代、男性、埼玉県)

【事例3】父から相続した土地の造成工事の契約をしたが、連絡がとれなくなった。父が何十年前にも購入した遠隔地の原野を自分が相続した。相続する時に、業者から「買い取る」と言われ、結局は何十万円かを支払って別の土地に交換させられた。その後、別の業者から「その土地を買いたい人がいる」という電話があり、整地のための造成工事を勧められた。業者が土地の「買付証明書」を自宅に持参したので信用し、造成工事の契約をした。「土地の購入者から代金が入る」と聞いていたのに連絡がないため、業者に電話をすると「待つてほしい」とのことだった。今回、再び電話をすると、「現在使われていない」とのアナウンスが流れた。

(相談受付：2012年12月、契約者：50歳代、男性、静岡県)

【事例4】自宅で4時間勧誘され、媒介契約と管理調査の契約をしたがやめたい。約40年前に100万円で購入した別荘地について、業者から仲介契約を結ばないかと電話があった。頻繁に電話があり、根負けして自宅に来ることを承諾した。自宅で4時間勧誘され、土地売却の媒介契約とともに、別の業者名で土地の管理調査の契約をした。土地を売るための資料等の作成費用として、先払いで約40万円を振り込むように言われた。しかし、土地が売れる前にお金を払うのはおかしいので、この契約をやめたい。

(相談受付：2013年3月、契約者：70歳代、女性、東京都)

パターン（２）：土地取引型（土地の売買や交換など土地自体が取引対象となっている）

【トラブルの特徴】

- ①「別の土地なら売れる」などと言って、新たな土地との交換を勧誘される（消費者は交換した土地との差額を請求される）。
- ②または「別の土地と一緒に売れる」などと言って、新たな土地の購入を勧誘される。

【事例５】「下取り」「転売」などと言われ新たな土地を次々と買わされた

40年前、両親が他県の山林を購入した。数年前に業者が母の自宅に来て「この土地を売って欲しい」と言い、母は書面に押印したようだが、実際には他の土地を次々と購入させられていた。母は「下取り」とか「転売」と言われ、土地を売ったつもりのようなのだが、原野のような土地を次々と買わされている。また、業者に5時間も自宅で居座られ根負けして契約したものや、新たな土地を購入させられ、以前購入した土地の下取り代金との差額約250万円を支払わされたものなどがある。どうしたらよいか。

（相談受付：2012年6月、契約者：80歳代、女性、千葉県）

【事例６】「抱き合わせれば絶対に売れる」と言われ、新たな山林の購入契約をした

数十年前に訪問販売で購入した山林を所有している。最近、業者の所有する山林と抱き合わせて売れば「700万円で1年以内に絶対に売れる」と電話があった。「話だけでも」と言われて来訪を承諾したが、売るために業者の所有する山林を200万円で購入するという話だった。断っていたが、80万円ならどうかと値下げされ、つい了承してしまった。申込金1万円を渡し、後日、業者の事務所で契約書に押印した。その際、業者に確認したら、1年以内に売れなかった場合も返金されないとのことだったので、「キャンセルする」と言って帰宅した。しかし、その日のうちに業者から電話があり、1割の解約料を請求された。払いたくない。

（相談受付：2013年4月、契約者：70歳代、男性、神奈川県）

3. 相談事例からみる問題点

（1）高齢者に対し訪問販売や電話勧誘販売で不当な勧誘が行われている

①買い手がすぐに見つかり土地が売れるかのようなセールストークがみられる

「土地を売りたい人がいる」「高価格で売却できる」「必ず売れる」など、買い手が見つかりすぐに土地が売れるかのようなセールストークや、それまで売れなかった土地が高価格で売却できるかのようなセールストークが目立つ【事例1～3、6】。

具体的な根拠がないにもかかわらず、すぐにでも土地が売れたり高価格で売却できるかのような事実と異なる説明は、特定商取引法や消費者契約法の不実告知に該当する場合があります⁵。（特定商取引法は、訪問販売や電話勧誘販売で契約した場合であれば、原則全ての

⁵ 特定商取引法第6条第1項、第9条の3第1項など。消費者契約法第4条第1項第1号。

なお、土地の売却可能性は、消費者契約法第4条第4項第1号の「用途その他の内容」についての「重要事項」に当たるとして、消費者契約法による重要事項の不実告知により広告掲載契約の取消しを認めた裁判例がある（名古屋地裁平成21年12月22日判決）。また、根拠がないのに、すぐにでも買い手がつくかのように告げていた行為が、特定商取引法第6条第1項の不実告知に当たり、業務の一部停止が命じられた例がある（平成24年3月27日東京

商品やサービスが適用対象となる。)

また、宅地建物取引業者が行う土地の売買や交換、それらの仲介（媒介）で、その土地が「宅地」に当たる場合⁶には、宅地建物取引業法が適用され、重要な事項についての不実告知や断定的判断を提供する行為の禁止などの規制が適用される⁷。

②強引な勧誘もみられる

頻繁に電話勧誘があり根負けして自宅への来訪を承諾したケース【事例 4】や、長時間の勧誘を受けて根負けして契約したというケース【事例 5】など強引な勧誘がみられる。

特定商取引法では、訪問販売や電話勧誘販売の場合、消費者が「いらぬ」「関心がない」と勧誘を断った場合は、業者が引き続き勧誘したり、再度勧誘することを禁止している（再勧誘の禁止）⁸。

（2）手口がより巧妙化し、トラブルも複雑化している

最近の相談事例では、具体的な買取金額や買取予定者の氏名が書かれた「買付証明書」などを消費者あてに送付して信用させ、測定の費用などを請求したり、「外国人が購入しているから値上がりする」などと言って勧誘するなど、新手の手口も目立っている【事例 1～3】。

また、土地の媒介契約などをすると同時に、その業者の関連業者と土地の管理や調査サービスも契約するなど、内容の異なる契約を同時に複数の業者と締結しているケース【事例 4】も目立っており、これまでのような単一の業者とのトラブルよりも複雑化している。

（3）過去に原野商法のトラブルにあった消費者や家族の焦りや不安などに乗じた勧誘が行われている

過去に原野商法のトラブルにあった消費者の中には、購入してから数十年も経過してしまつた土地をどうにか早く処分したい、自分の子供などが土地を相続した場合に迷惑をかけるのではないかなど焦りや不安感を持っている人も少なくないと考えられる。

また、過去に購入した土地が遠隔地にある場合には、自ら土地の現況をすぐには確認できない。特に最近では、当初に土地を購入した当事者がすでに亡くなっており、その家族などが土地を相続しているケースもあり、土地の所有者がその土地を一度も見たことがな

都生活文化局)。(参考資料 4. 参照)

⁶ 「宅地」とは、「建物の敷地に供せられる土地」をいう（宅地建物取引業法第 2 条第 1 号）。

なお、「建物の敷地に供せられる土地」とは、現に建物の敷地に供せられている土地に限らず、広く建物の敷地に供する目的で取引の対象とされた土地をいうものであり、その地目、現況の如何を問わないものとされている（「宅地建物取引業法の解釈・運用の考え方について」（平成 13 年 1 月 6 日付け国土交通省総合政策局不動産課長通達）。

（参考資料 3. 参照）

⁷ 宅地建物取引業法第 47 条第 1 号、第 47 条の 2 第 1 項、同法施行規則第 16 条の 12 第 1 号イなど。なお、宅地建物取引業者が行う宅地や建物の売買や交換、それらの媒介などについては、特定商取引法の適用除外の一つとされている（特定商取引法第 26 条第 1 項第 8 号ロ）。そのため、宅地建物取引業者と新たな土地の交換や新たな土地の購入をしたケース、それらの媒介契約をしたケースなどでは、特定商取引法が適用されない場合がある（参考資料 3. 参照）。

⁸ 宅地建物取引業法でも、再勧誘などの禁止行為が規定されている（宅地建物取引業法第 47 条の 2 第 3 項、同法施行規則第 16 条の 12 第 1 号ニおよびへなど）。

⁹ 不動産を一定の条件で買い受ける旨を記載した書面。一般的に、「買付証明書」は、不動産を将来買い受ける旨を表示するものにすぎず、記載されている条件で確定的に買い受ける旨の申込みの意思表示をしているものではないとされており（大阪高裁平成 2 年 4 月 26 日判決）、土地の買取りを保証するものではない。

いこともある。

具体的な根拠もなく、土地がすぐにでも高額で売却できるかのようなセールストークは、過去に原野商法のトラブルにあった消費者の焦りや不安、また土地の現況をすぐに確認できないといった消費者の事情に乗じた問題のある勧誘方法である【全ての事例】。

4. 消費者へのアドバイス（参考資料1. 参照）

（1）「土地を売りたい人がいる」「高価格で売却できる」などのセールストークをうのみにしない

「土地を売りたい人がいる」「高価格で売却できる」など、買い手が見つかりすぐに土地が売れるようなセールストークや、それまで売れなかった土地が高価格で売却できるようなセールストークが目立つ。

しかし、実際には、約束どおりに売却できなかつたり、その後業者との連絡が取れなくなったという相談事例が多いので、電話や自宅への訪問で勧誘を受けても、このようなセールストークをうのみにしないこと。

（2）不審な勧誘はきっぱりと断り、それでも執拗^{しつこ}に勧誘が続く場合には電話を切る

不審な勧誘であれば、「必要ない」「契約しない」などときっぱりと断ること。最近では電話による勧誘でのトラブルが増えているが、断っても執拗に勧誘が続く場合には相手にせず電話を切ること。また、留守番電話機能を利用して、かかってきた電話には出ず、必要に応じて後でかけ直すようにする方法や、発信者番号表示機能のある電話を使用している場合には、番号非通知や知らない番号からの電話には出ないという方法もある。

（3）契約を検討する場合には次のような点を十分に確認し、少しでも不審な点があれば契約しない

① 土地の所在する自治体などに、業者が説明している根拠や背景などが事実としてあるのか、周辺の土地の状況に変化があるのかなどを問い合わせる。

② 業者に対しては、「土地が売れる」というセールストークの具体的な根拠や、契約内容、サービス内容について書面などでの説明も求める。

③ できる限り土地の現況を自分や家族の目で実際に確認したり、土地の登記情報も確認する。

（4）おかしいと気づいたり、トラブルにあったら消費生活センターに相談する

訪問販売や電話勧誘販売により測量サービスや管理サービスなどを契約した場合には、特定商取引法により、書面を受け取った日から8日以内であればクーリング・オフできる場合がある。また、訪問販売などで宅地建物取引業者が自ら売主となる宅地や建物の取引をした場合であれば、宅地建物取引業法によりクーリング・オフできる場合がある¹⁰。クーリング・オフ期間の8日を越えても解決できるケースもあるので、トラブルにあったり、

¹⁰ 参考資料3. 参照

不審な点があればすぐに消費生活センターに相談すること。

(5) 日頃から家族や身近な人による高齢者への見守りも大切

高齢者による消費者トラブルの未然防止や被害拡大の防止のためには、家族や身近な人の協力が不可欠である。日頃から家族やホームヘルパーなどの身近な人が本人の様子や居室、居宅の変化などに気をつける必要がある。また、認知症等で判断力が低下した高齢者が自分の財産を管理できなくなっているような場合は、成年後見制度¹¹の利用も検討すること。

5. 情報提供先

消費者庁消費者政策課

消費者委員会事務局

警察庁生活安全局生活経済対策管理官

国土交通省土地・建設産業局不動産課

一般財団法人不動産適正取引推進機構

公益社団法人全国宅地建物取引業協会連合会

公益社団法人全日本不動産協会

¹¹ 成年後見制度とは、認知症、知的障害、精神障害などによって物事を判断する能力が十分でない者（「本人」）について、本人の権利を守る援助者（「成年後見人」等）を選ぶことで、本人を法律的に支援する制度である。成年後見制度には、大きく分けると、法定後見制度と任意後見制度の2つがある。成年後見制度については、各市区町村の地域包括支援センターなどに相談することができる。また、法定後見制度を利用する際に必要な経費を助成している市区町村もある。

(参考資料)

1. 原野商法の二次被害トラブルにあわないためのポイント

| | |
|---|--|
| <p>(1) 「土地を売りたい人がいる」「高価格で売却できる」などのセールストークをうのみにしない。</p> | |
| <p>(2) 不審な勧誘はきっぱりと断り、それでも執拗に勧誘が続く場合には電話を切る。</p> | |
| <p>(3) 契約を検討する場合には、業者の説明内容や契約内容に関し、次のような点を確認する。その中で少しでも不審な点があれば契約しない。</p> | |
| <p>1) 自治体や業界団体などに確認する内容</p> | |
| | <p>①業者が説明している根拠や背景などが事実としてあるのか。</p> |
| | <p>②周辺の土地の状況に変化があるのか。</p> |
| | <p>③提示された金額が一般的な市場価格などに照らして妥当かなど。</p> |
| <p>2) 業者に対して確認する内容</p> | |
| | <p>①「土地がすぐに売れたり、高価格で売却できる具体的な根拠はあるのか」など、「土地が売れる」と言っている具体的な根拠。</p> |
| | <p>②「なぜ測量や造成工事が必要なのか」など、新たな契約が必要な理由</p> |
| | <p>③業者が勧誘しているのは、測量などのサービス提供の契約なのか、土地の売買や交換など土地自体を取引する契約なのかなどの契約内容。</p> |
| | <p>④測量サービス、整地や造成工事などの場合には、具体的にどのような内容のサービスや工事が行われるのか、その内容と費用の内訳。</p> |
| | <p>⑤広告サービスの場合には、広告の媒体や方法、広告期間や見込まれる効果など。</p> |
| <p>3) できる限り土地の現況を自分や家族の目で実際に確認したり、土地の登記情報で所有権の名義などを確認する。</p> | |
| <p>(4) 突然「買付証明書¹²⁾」や買取りをするという人物の「印鑑証明書」などの書類が送付されてきたとしても信用しない。</p> | |

¹²⁾ 注記9参照。

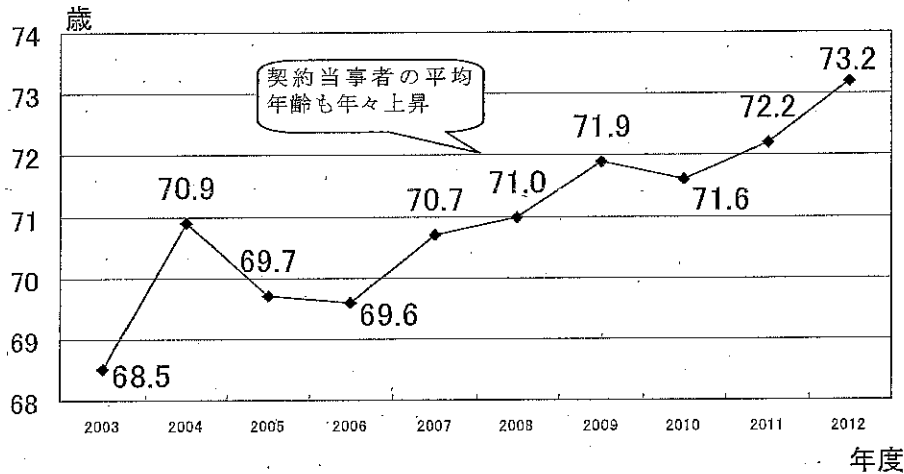
2. PIO-NET にみる相談の特徴（その他）

原野商法の二次被害トラブルに関する相談のその他の特徴は次のとおりである。

（1）契約当事者の平均年齢の推移—平均年齢は年々上昇—

契約当事者の平均年齢の推移を年度ごとにみると、2003年度から2012年度の10年間で約5歳上昇しており、トラブルにあっている当事者の高齢化がうかがわれる（図5）。

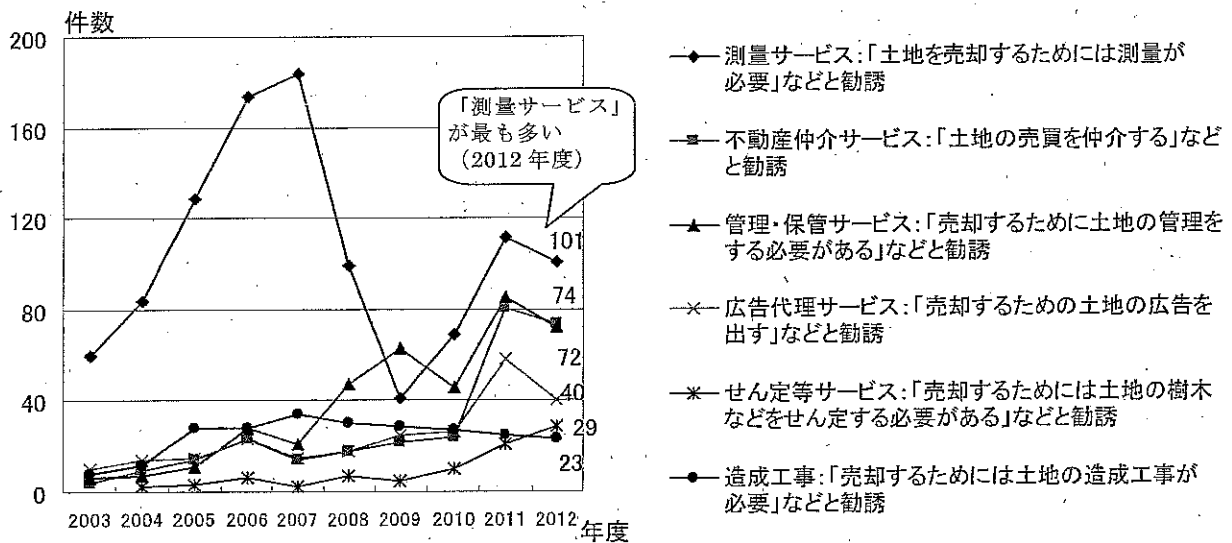
図5 平均年齢の年度別推移（2003～2012年度受付分）



（2）二次被害でトラブルになったサービス—測量サービスが多いが割合は減少—

二次被害トラブルにおいて、業者から勧誘を受けたり、契約をした主なサービスをみると、「土地を売却するためには測量が必要」などと勧誘されて契約したなどの「測量サービス」が最も多いが、全体に占める割合は2007年度から2008年度にかけて大幅に減少した（図6）。

図6 二次被害でトラブルになった主なサービスの相談件数の推移（2003～2012年度受付分）

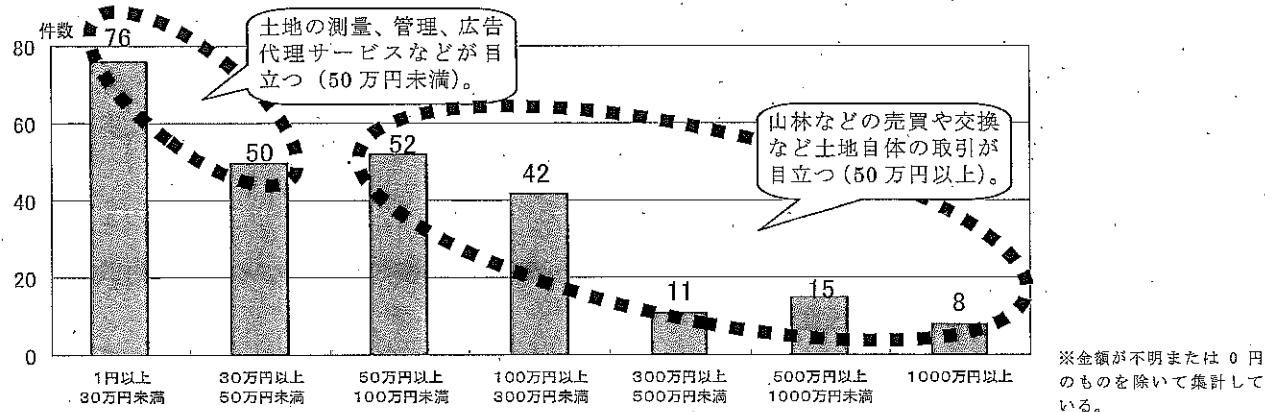


(3) 既支払い金額—30万円未満が最も多く、平均は約170万円—

既支払い金額をみると、30万円未満のケースが最も多いが、100万円以上のケースも少なくなく、平均金額は約170万円だった。

また、二次被害トラブルになった商品やサービスを価格帯ごとにみると、50万円未満では土地の測量や管理サービス、広告代理サービスなどが目立ち、50万円以上では山林などの売買や交換など、土地自体の取引が目立つ(図7)。

図7 既支払い金額別件数(2012年度受付分)



3. 特定商取引法と宅地建物取引業法の適用範囲について

| 関係する法律 | 適用される商品やサービスなどの範囲と具体例 | クーリング・オフの適用対象 |
|----------|---|--|
| 特定商取引法 | <ul style="list-style-type: none"> ・訪問販売や電話勧誘販売などにより契約・申し込みした商品やサービスなど。 ・原則全ての商品やサービスが適用対象となるが、宅地建物取引業者が行う宅地や建物の売買や交換、それらの媒介などについては、特定商取引法の適用除外。 <p>【具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・訪問販売などで契約した測量サービスや管理サービスなど。 ・訪問販売などで契約した「宅地」以外の土地の売買の仲介サービスなど。 | <ul style="list-style-type: none"> ・訪問販売や電話勧誘販売などにより契約・申し込みした商品やサービスなどの場合、書面を受け取った日から8日以内であればクーリング・オフできる。 |
| 宅地建物取引業法 | <ul style="list-style-type: none"> ・宅地建物取引業者が行う宅地や建物の売買や交換、それらの仲介(媒介)など。 ・「宅地」とは「建物の敷地に供せられる土地」のことで、現に建物の敷地に供せられている土地に限らず、広く建物の敷地に供する目的で取引の対象とされた土地をいうものであり、その地目、現況の如何を問わないものとされている¹³。 <p>【具体例】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宅地建物取引業者との宅地や建物の売買や交換、その仲介(媒介)など。 | <ul style="list-style-type: none"> ・訪問販売などでの宅地建物取引業者が自ら売主となる宅地・建物の取引で、契約の申し込みを業者の事務所等以外の場所で行った場合は、クーリング・オフの方法等に関する書面を受け取った日から8日以内であればクーリング・オフできる。 |

¹³ 注記6参照。

4. 原野商法の二次被害トラブルに関連した最近の裁判例や行政処分为例

(1) 消費者契約法による重要事項の不実告知により広告掲載契約の取消しを認めた事案
(名古屋地裁平成 21 年 12 月 22 日判決)¹⁴

土地の売却可能性は、消費者契約法第 4 条第 1 項第 1 号、第 4 項第 1 号の「用途その他の内容」についての「重要事項」に当たるとして、消費者による契約取消しを認めた。

(2) 土地の管理委託契約を締結させていた業者への特定商取引法に基づく業務改善指示
(平成 24 年 8 月 7 日東京都生活文化局)¹⁵

あたかも当該事業者と土地管理委託契約を結べば、すぐにでも買い手がつくかのように告げていた行為が、特定商取引法第 6 条第 1 項の不実告知に当たるとして、同法に基づく業務改善指示の対象となった。

(3) 土地広告・管理の契約を勧誘していた業者への特定商取引法に基づく業務停止命令
(平成 24 年 3 月 27 日東京都生活文化局)¹⁶

すぐにでも買い手がつくかのように告げていた行為が、特定商取引法第 6 条第 1 項の不実告知に当たるなどとして、同法に基づく業務の一部停止が命じられた。

扱い：本資料につきましては、8 月 1 日の記者説明会開催後に解禁といたします。

本件連絡先：

独立行政法人国民生活センター

相談情報部相談第 3 課

林、飯田

TEL:03-3443-8359

¹⁴ 国民生活センターホームページ参照 (http://www.kokusen.go.jp/hanrei/data/201108_1.html)

¹⁵ 東京都ホームページ参照 (<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/08/20m87400.htm>)

¹⁶ 東京都ホームページ参照 (<http://www.metro.tokyo.jp/INET/OSHIRASE/2012/03/20m3r800.htm>)